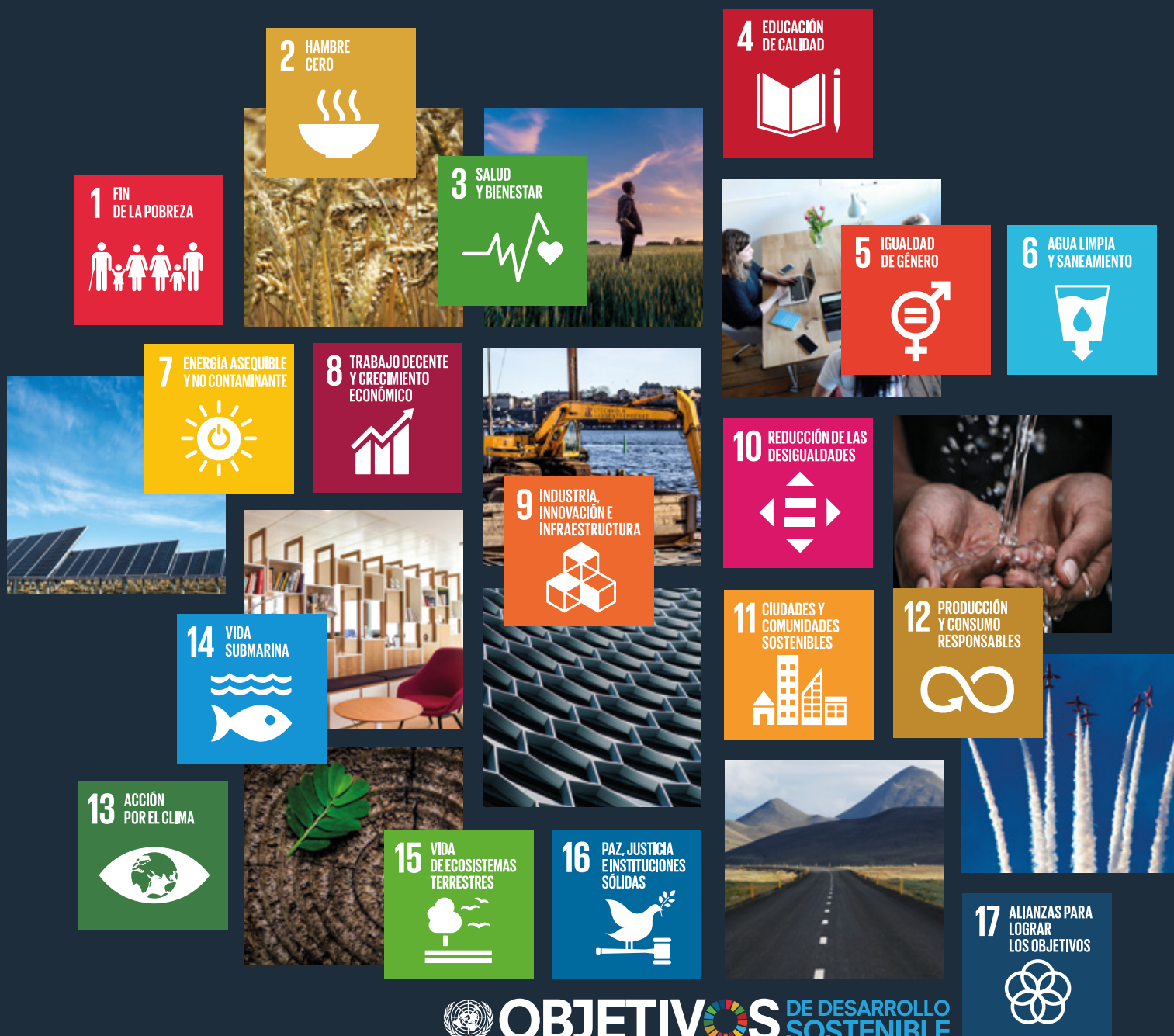


ODS, AÑO 4

EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LA AGENDA 2030: DE LA TEORÍA A LA ACCIÓN



15 AÑOS
COMPARTIENDO PRINCIPIOS,
LOGRANDO OBJETIVOS



 **OBJETIVOS**  **DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

COMITÉ EJECUTIVO
DE LA RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL



ÁNGEL PES

PRESIDENTE



VÍCTOR VIÑUALES

VICEPRESIDENTE



ELISABETH DE NADAL

SECRETARIA



JUAN CARLOS MAMPASO

TESORERO



ANA MILLÁN

VOCAL - ACCENTURE
ESPAÑA



JOSEFA DE LEÓN

VOCAL - AGROAMB
PRODALT



JOSEBA ARANO

VOCAL - CALIDAD
PASCUAL



JOSÉ LUIS HERNÁNDEZ

VOCAL - COATO



AMAIA ELIZALDE

VOCAL - EADA



ÁNGEL FRAILE

VOCAL - ENDESA



CRISTINA MORAL

VOCAL - FERROVIAL



BEGOÑA ETXEBARRÍA

VOCAL - FUNDACIÓN
NOVIA SALCEDO



ENMA ANTOLÍN

VOCAL - GRUPO
ANTOLÍN - IRAUSA



JOSÉ ANTONIO MARTÍN

VOCAL - ICO



JOAN FONTRODONA

VOCAL - IESE



BEATRIZ HERRERA

VOCAL - MAHOU
SAN MIGUEL



BEATRIZ BAYO

VOCAL - MANGO



SERGIO COLADO

VOCAL - NECHI GROUP



JORGE RIVERA

VOCAL - PRISA



JUAN IGNACIO GUZMÁN

VOCAL - PROSEGUR



SONIA HERNÁNDEZ

VOCAL - REPSOL

COORDINACIÓN Y REDACCIÓN
DE LA RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL



CRISTINA SÁNCHEZ

DIRECTORA EJECUTIVA



VANESA RODRÍGUEZ

DIRECTORA DE
COMUNICACIÓN Y
RELACIONES
INSTITUCIONALES



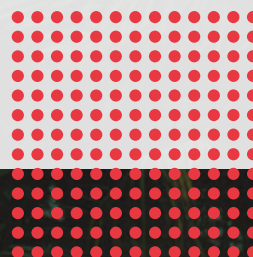
JAVIER MOLERO

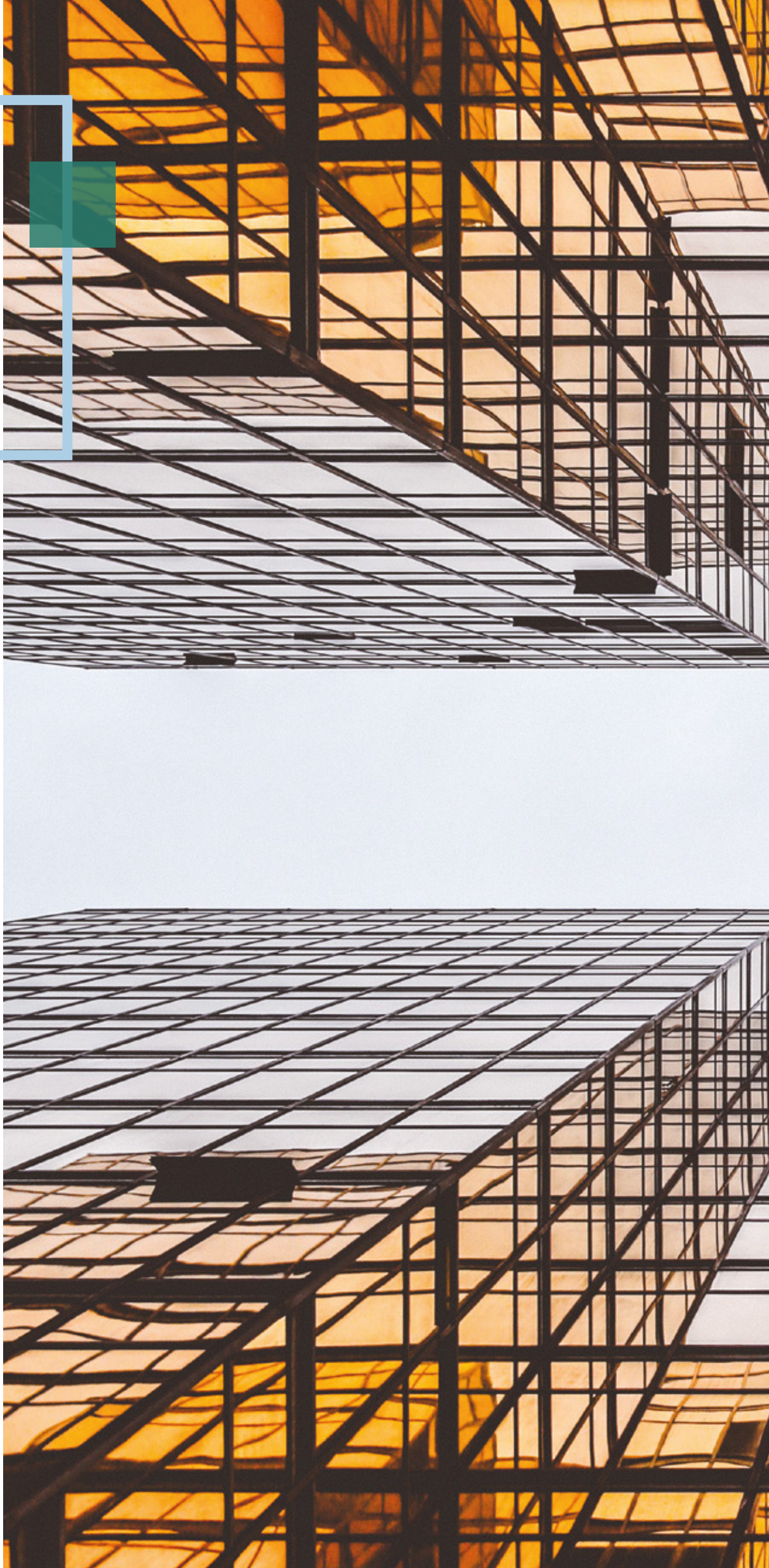
RESPONSABLE DE ODS
Y DERECHOS HUMANOS



ÍNDICE

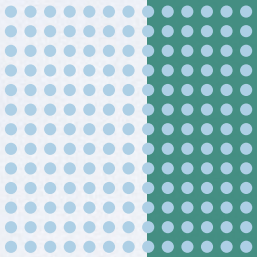
1. PRÓLOGOS	04
■ Ángel Pes, Presidente de la Red Española del Pacto Mundial	06
■ Lise Kingo, CEO y Directora Ejecutiva del Pacto Mundial de Naciones Unidas	07
2. DE LA TEORÍA A LA ACCIÓN:	08
Cómo las empresas están acelerando la transformación	
■ ¿Cómo se ha avanzado en estos 4 años?	10
■ El liderazgo empresarial en la Agenda 2030	18
■ Las empresas españolas muestran su liderazgo	32
3. LOS ODS COMO OPORTUNIDAD ECONÓMICA	46
■ Oportunidades para la economía	48
■ Oportunidades para las empresas	58
4. EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LA ERA DE LA INDUSTRIA 4.0.:	68
Retos a futuro	

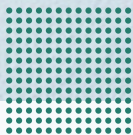






PRÓLOGOS

- 
- Ángel Pes,
Presidente de la Red Española del Pacto Mundial
 - Lise Kingo,
CEO y Directora Ejecutiva del Pacto Mundial de
Naciones Unidas
-



ÁNGEL PES

Presidente de la Red Española del Pacto Mundial

Transcurridos 4 años desde la aprobación de la Agenda 2030, a la hora de elaborar este balance de su impacto hasta hoy lo hemos titulado *ODS Año 4, El Liderazgo Empresarial en la Agenda 2030: de la teoría a la acción* porque en la Red Española del Pacto Mundial creemos firmemente que una cuestión clave para alcanzar los ODS es contar con el liderazgo empresarial entre los motores que deben impulsar las transformaciones necesarias para hacerlos realidad en el año 2030.

Transformar la economía y los mercados para que sean sostenibles, sin dejar a nadie atrás, es la finalidad que persigue la Agenda 2030. Esto sólo podemos conseguirlo cambiando el modo en que las empresas hacen y entienden los negocios, necesitamos empresas que busquen no sólo la rentabilidad económica, sino también la generación de impactos sociales y ambientales positivos para el planeta. El Pacto Mundial, una iniciativa de Naciones Unidas para implicar al sector empresarial en sus programas, de forma muy especial en la Agenda 2030, es un medio para crear un movimiento de empresas líderes, que dejen atrás el *business as usual* y apuesten por modelos empresariales que sitúen a los ODS en el centro de su estrategia. Solo a través de empresas con visión de futuro seremos capaces de construir una economía con futuro.

SOLO A TRAVÉS DE EMPRESAS CON VISIÓN DE FUTURO SEREMOS CAPACES DE CONSTRUIR UNA ECONOMÍA CON FUTURO.

Muchas organizaciones se han sumado, comprometiéndose con los ODS y alineando sus actividades con ellos. Sin embargo, transcurrido casi un tercio del tiempo previsto para alcanzar la Agenda, es momento de acelerar e incrementar la acción empresarial para lograr impacto realmente transformador. Se necesitan líderes empresariales convencidos, que desde la alta dirección expandan el mensaje de los ODS dentro y fuera de la organización y empresas líderes, dispuestas a fijar compromisos ambiciosos que activen una auténtica transformación. Por otra parte, el reto de incorporar los ODS en la estrategia empresarial ofrece una magnífica oportunidad

HEMOS RECOPILADO MÁS DE 160 COMPROMISOS CUANTIFICABLES EN ODS DE EMPRESAS ESPAÑOLAS, CUYA APUESTA POR EL CAMBIO ES FIRME.

a las empresas españolas, que pueden situarse en la vanguardia de la sostenibilidad a nivel internacional.

Con el propósito de ayudar a accionar el paso de la teoría a la acción, en esta publicación hemos contado con la colaboración de CEOs y presidentes corporativos relevantes en España y hemos recopilado más de 160 compromisos cuantificables en ODS de empresas españolas, cuya apuesta por el cambio es firme. Además, es importante continuar sumando a más organizaciones en esta transformación, por ello, también hemos puesto el foco en mostrar las oportunidades económicas que existen en la Agenda 2030, particularmente en ámbitos como la igualdad de género, la economía circular, el desafío del cambio climático y la lucha contra la corrupción.

Por último, una economía sostenible ha de considerar los retos de la cuarta revolución industrial, que ya está alterando el mundo tal y como lo conocíamos. La economía sólo será sostenible si la digitalización, la innovación y las nuevas tecnologías se utilizan en favor de las personas y el medioambiente. Por esta razón, en estas páginas abordamos también el nexo entre la Industria 4.0 y la Agenda 2030.

Me gustaría acabar agradeciendo el tiempo y el esfuerzo de todas las personas y organizaciones que han participado en esta publicación. Y particularmente a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y a la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME). Su compromiso con la Agenda 2030 contribuirá sin duda a movilizar al tejido empresarial español en la dirección que marcan los ODS.



LISE KINGO

CEO y Directora
Ejecutiva del Pacto
Mundial de
Naciones Unidas



Desde su presentación en septiembre de 2015, se han logrado avances significativos en la concienciación a nivel mundial sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Sin embargo, cuatro años después de su aprobación, no estamos todavía en camino de alcanzar ninguno de los objetivos mundiales para 2030.

Como la iniciativa de sostenibilidad corporativa más grande del mundo, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas se encuentra en una posición única para ayudar a las empresas a maximizar su contribución a los ODS. Nuestros Diez Principios en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción son la principal manera en que nuestras empresas adheridas están

EL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS SE ENCUENTRA EN UNA POSICIÓN ÚNICA PARA AYUDAR A LAS EMPRESAS A MAXIMIZAR SU CONTRIBUCIÓN A LOS ODS.

haciendo avanzar los ODS y asegurando que sus actividades no creen más daño que bien.

Con más de 9.500 empresas y 3.000 organizaciones no empresariales en más de 160 países -incluida una mayoría de países en desarrollo- y más de 60 redes locales, estamos difundiendo por todas partes que las empresas de cualquier lugar pueden desempeñar un papel importante en la mejora de nuestro mundo.

Como afirma el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, «el sector privado puede y debe desempeñar un papel central en nuestros esfuerzos mediante el fomento de la cooperación internacional, la participación en asociaciones público-privadas, la búsqueda de soluciones innovadoras a los desafíos comunes y la realización de negocios de manera responsable».

El reciente lanzamiento de nuestra campaña *Business Ambition for 1.5°C: Our Only Future* es un ejemplo de cómo estamos trabajando

junto con nuestros socios para crear un movimiento global de empresas sostenibles. Más de 30 empresas con una capitalización de mercado combinada de más de 1,3 billones de dólares ya se han comprometido a establecer compromisos basados en la ciencia, alineados con la limitación del aumento de la temperatura mundial a 1,5°C por encima de los niveles preindustriales.

Con este compromiso, las empresas, que abarcan 17 sectores industriales y representan a más de un millón de empleados, también están inspirando a los gobiernos para que estén a la altura de sus ambiciones y desarrollen políticas y normativas que apoyen la transición. El liderazgo climático nunca ha sido más importante de lo que es ahora mismo, y es inspirador ver a tantas empresas y marcas tan diversas elevar con valentía sus ambiciones.

Éste es el tipo de liderazgo empresarial en ODS que necesitamos: uno que pase del compromiso a la acción. Esta publicación contiene más de 160 ejemplos de cómo las empresas españolas han demostrado un extraordinario liderazgo empresarial a través de acciones cuantificables en ODS.

ESTA PUBLICACIÓN CONTIENE MÁS DE 160 EJEMPLOS DE CÓMO LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS HAN DEMOSTRADO UN EXTRAORDINARIO LIDERAZGO EMPRESARIAL A TRAVÉS DE ACCIONES CUANTIFICABLES EN ODS.

Ahora debemos movilizar una masa crítica de empresas responsables guiadas por líderes empresariales visionarios que puedan ayudar a promover los Objetivos Mundiales y crear el mundo que queremos. Espero que esta publicación les inspire a dar un paso adelante y garantizar que nadie se quede atrás en el desarrollo de nuestras comunidades, sociedades y naciones, promoviendo la paz y la prosperidad en un planeta sano para el año 2030.

2

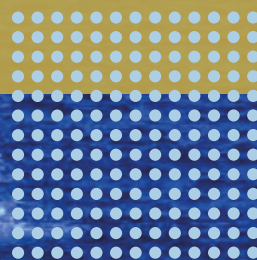




DE LA TEORÍA A LA ACCIÓN:

Cómo las empresas están acelerando la transformación

- ¿Cómo se ha avanzado en estos 4 años?
 - El liderazgo empresarial en la Agenda 2030
 - Las empresas españolas muestran su liderazgo
-





¿CÓMO SE HA AVANZADO EN ESTOS 4 AÑOS?

Han pasado ya 4 años, desde que en 2015 las Naciones Unidas aprobaran la resolución de la Agenda 2030 y con ella los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus 169 metas. El propósito inicial que se marcó era claro y ambicioso: construir a través de estos Objetivos un planeta más sostenible y sociedades prósperas e inclusivas que no dejaran a nadie atrás. En definitiva, apostar por solucionar conjuntamente los problemas críticos de la humanidad.

La pregunta que cabe hacerse ahora, a punto de cumplir un tercio del periodo de vigencia de la Agenda, no es otra sino ¿estamos yendo por el camino correcto?

Durante estos primeros años, los gobiernos, las empresas, la sociedad civil y las instituciones académicas y científicas han ido conociendo y adquiriendo el lenguaje de la Agenda y muchos actores se han comprometido con ella. Sin embargo, han existido diferentes velocidades entre los actores a la hora de tomar acciones concretas de contribución a los ODS.

Las empresas han sido pioneras en alinear sus estrategias corporativas con los ODS y han ayudado a activar y acelerar el trabajo de las instituciones públicas y de otros agentes, cuyo ritmo en esta primera etapa ha sido más lento. Sin embargo, esto no significa que todas las empresas estén ya contribuyendo a la Agenda 2030 o que aquellas que lo hagan lo estén haciendo de la mejor forma posible.

A continuación, se analizan los avances que se han dado en el logro de la Agenda 2030 durante los primeros cuatro años de vigencia del marco, con un foco particular en la contribución empresarial, enumerando también algunos de los principales retos a abordar para continuar la transformación.

UN LENGUAJE COMPARTIDO, CON PROPÓSITOS COMUNES

Uno de los principales logros de la Agenda 2030 ha sido colarse en los discursos y agendas de todo tipo de agentes a lo largo de estos 4 años, hecho que se visualiza de forma clara: 141 países en todo el mundo ya han presentado un examen voluntario nacional sobre sus contribuciones a los ODS en el Foro Político de Alto Nivel de Naciones Unidas, donde los países rinden cuentas de los pasos que han dado para implementar la Agenda¹. El famoso G-20, grupo que forman las 20 mayores economías del planeta, también ha manifestado recientemente su apoyo a la Agenda 2030 tras reunirse en 2019 en Osaka².

Las universidades y los centros de investigación se han sumado igualmente al movimiento, con más de 800 instituciones en todo el mundo que ya forman parte de la iniciativa *Sustainable Development Solutions Network*³. Desde la sociedad civil se han creado multitud de movimientos para vertebrar acciones conjuntas. Por ejemplo, la iniciativa *Together 2030*⁴, que engloba a 691 organizaciones del tercer sector en 106 países o en España, la plataforma *Futuro en Común*, que reúne a las 50 principales ONG del país para debatir y desarrollar propuestas en torno a los ODS.

+ LENGUAJE COMPARTIDO POR EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS, SOCIEDAD CIVIL, MUNDO ACADÉMICO Y ÁMBITO CIENTÍFICO

En cuanto a las empresas, éstas han acogido de forma muy positiva el marco de la Agenda 2030 en sus primeros años: el Pacto Mundial de Naciones Unidas, iniciativa con el mandato de la ONU para llevar los ODS al sector empresarial, cuenta ya con más de 9.900 empresas comprometidas en todo el mundo.

Todo parece indicar que la Agenda 2030 ha tenido impacto en sus primeros años y ya forma parte de las actividades y los discursos de las principales instituciones y organizaciones del planeta. Además,

1. **Sustainable Development Knowledge Platform:** <https://sustainabledevelopment.un.org/hlpf>

2. **G20 Osaka Leaders' Declaration, 2019:** https://www.consilium.europa.eu/media/40124/final_g20_osaka_leaders_declaration.pdf

3. **SDSN Networks:** <https://networks.unsdsn.org/members>

4. **Together 2030:** <https://www.together2030.org/>

5. **Special Eurobarometer 455, 2017:** https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp455-development-aid-final_en.pdf

6. **CIS. Barómetro de Febrero 2019:** http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3240_3259/3240/es3240mar.pdf

LOS ODS SON POCO CONOCIDOS POR EL CONJUNTO DE LA POBLACIÓN

ha marcado una serie de objetivos comunes en sostenibilidad que facilitan el dialogo entre todos los actores, pero ¿ha conseguido llegar al total de la población?

En este sentido, parece que aún queda camino por recorrer. Solo el 12% de la población de la Unión Europea conoce la Agenda 2030⁵, cifra similar al 13,1% de los españoles⁶. Sin embargo, muchos problemas que los ODS han venido a solucionar han despertado un gran interés en la sociedad en los últimos años provocando movimientos específicos. Se pueden destacar la lucha contra el cambio climático, con la iniciativa *Fridays for Climate* que ha movilizado a jóvenes de todo el planeta para que los gobiernos aceleren sus estrategias climáticas, o las crecientes movilizaciones de mujeres en todo el mundo exigiendo una igualdad real.

El gran reto es dar a conocer la Agenda de forma masiva, para que todas las personas conozcan el vínculo entre los problemas actuales que les afectan y los 17 ODS. Llegar a todos los hogares parece ser la clave. Determinadas acciones de impacto desde los medios de comunicación de masas, el mundo de la cultura o el deporte podrían marcar la diferencia.

MARCO DE REFERENCIA EN SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

Utilizar los ODS como marco para canalizar acciones de sostenibilidad empresarial o comunicarlas en las memorias de información no financiera es una tendencia al alza. El 80% de las empresas del Pacto Mundial en todo el mundo ya contribuyen a los ODS⁷ y según el informe *Business and the SDGs* de WBCSD, de 250 empresas en todo el mundo, el 76% ya ha priorizado los ODS relevantes para sus operaciones⁸. En España, un 86% de las empresas del IBEX 35 incluye en sus memorias un compromiso con los ODS.

La Agenda 2030 también está presente en citas como el Foro Económico Mundial, que se celebra anualmente en Davos y que reúne a los principales líderes empresariales de todo el mundo; sesiones temáticas sobre el cambio climático o la innovación en la Agenda 2030 son ya habituales en los últimos años. Lo mismo ocurre en multitud de foros sectoriales y en medios y eventos relacionados con la responsabilidad social, tanto en España, como a nivel internacional. Como ejemplo, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) acogió en 2018 el Foro Mundial Empresarial sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, junto con la Organización Internacional de Empleadores (OIE)⁹.

La iniciativa Global Reporting Initiative (GRI) ha alineado los ODS con sus guías de reporting, las más utilizadas por las empresas en todo el mundo, dando un impulso adicional a la agenda global. Especialmente relevante a nivel nacional es que la Ley 11/2018 en materia de Información No Financiera y Diversidad incluye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, al Pacto Mundial y al Acuerdo de París como marcos en los que pueden apoyarse las organizaciones para elaborar sus informes no financieros. Esta ley será obligatoria

LOS ODS SON TENDENCIA COMO MARCO EN SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL



La concienciación del conjunto de la sociedad es fundamental. El mensaje debe llegar a todos los rincones del planeta y calar, de manera especial entre los más pequeños, que tendrán un papel determinante en el futuro. Por ello, en Ineco, además de contar con un amplio programa de difusión de la Agenda 2030 entre los empleados de la empresa y a nivel externo, a través de la web y de las redes sociales, hemos puesto en marcha un programa para dar a conocer los ODS a los niños y niñas de educación primaria en sus colegios».

Carmen Librero,
Presidenta de INECO

LA MAYORÍA DE PYMES AÚN NO UTILIZAN EL MARCO

paulatinamente para cada vez más empresas hasta llegar en 2021 a todas las de más de 250 trabajadores, por lo que todo parece indicar que el reporting en ODS irá progresivamente a más.

El reto lo encontramos en las pequeñas y medianas empresas (pymes). Según el informe *Las empresas españolas ante la agenda 2030*, un 78% de las pymes españolas no conoce o solo de forma superficial la Agenda 2030¹⁰. Sin embargo, un 82% de ellas afirma llevar a cabo acciones en alguno de los ámbitos de los ODS (por ejemplo, en igualdad de género, en medioambiente o en salud y seguridad). El primer paso para extender el uso de los ODS como marco de responsabilidad social entre las pymes, podría pasar por hacerlas comprender que ya están contribuyendo a través de muchas de sus acciones a los ODS e invitarlas a impulsar muchas otras.

7. UN Global Compact Progress Report 2018: <https://www.unglobalcompact.org/library/5637>

8. WBCSD, *Business and the SDGs*, 2018: https://docs.wbcsd.org/2018/07/WBCSD_Business_and_the_SDGs.pdf

9. CEOE, *Foro Mundial Empresarial sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible*, 2018: https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/cms_content_documents-file-740-declaracion-del-foro-mundial-empre-sarial-sobre-los-ods.pdf

10. Red Española del Pacto Mundial. *Las empresas españolas ante la Agenda 2030*, 2018. https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/07/Las-empresas-espa%C3%B1olas-ante-la-Agenda-2030_def_p.pdf

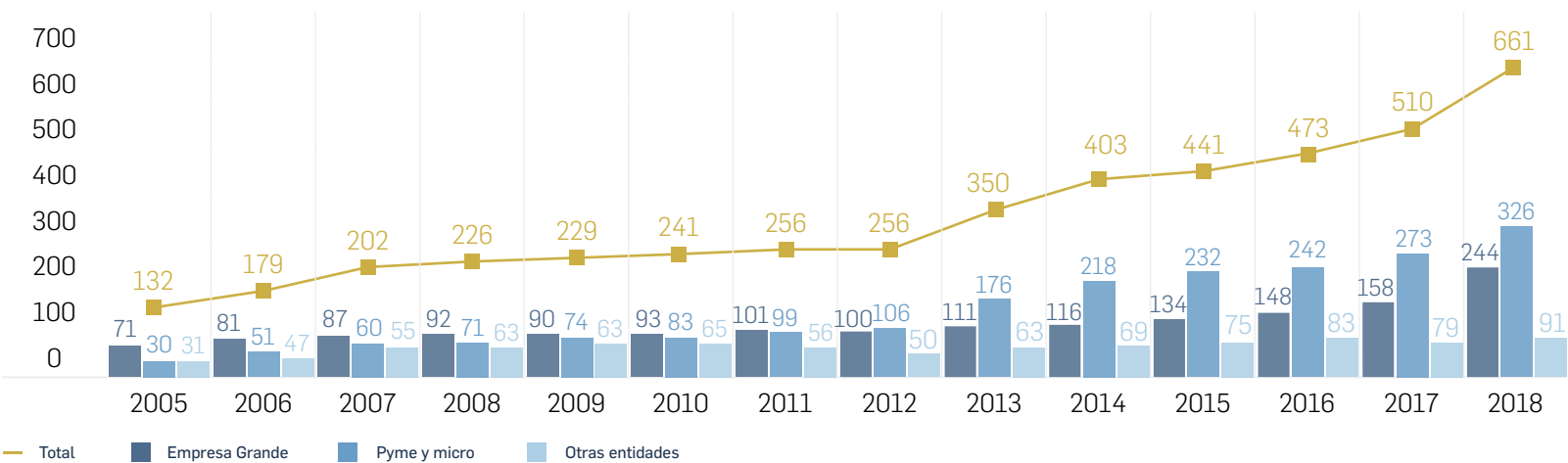
AVANCE DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

Las empresas españolas están cada vez más comprometidas con la Agenda 2030, un síntoma de ello es que de 9.900 empresas que forman parte del Pacto Mundial en todo el mundo, 1280, casi el 13% del total, son españolas. Además, según el informe *SDG Reporting Challenge 2018*, que analiza una muestra de 729 empresas de todo el mundo, un 85% de las empresas españolas ya mencionan los ODS en sus memorias de sostenibilidad, frente al 72% global¹¹.

LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS AVANZAN EN SU COMPROMISO Y CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030

Otra muestra del avance de las empresas españolas es la tendencia ascendente del número de organizaciones socias de la Red Española del Pacto Mundial, pasando de 441 en 2015 a 646 en 2018, un incremento de casi un 30%. Estas empresas se comprometen al máximo nivel con la iniciativa y los ODS, apostando por mejorar su desempeño en sostenibilidad.

Evolución de organizaciones socias de la Red Española del Pacto Mundial



POCA REPRESENTATIVIDAD DEL CONJUNTO DEL SECTOR EMPRESARIAL ESPAÑOL



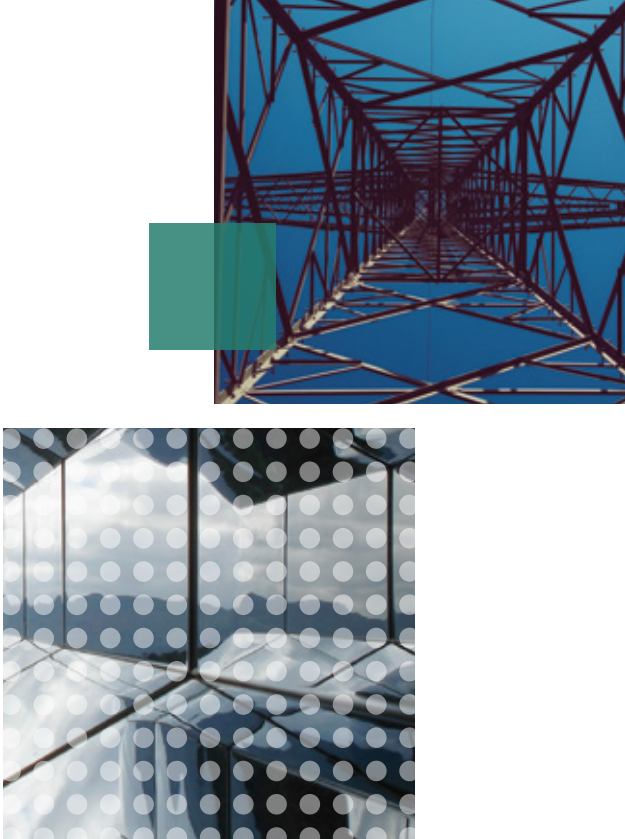
Son varios los retos a los que nos enfrentamos para alcanzar los ODS en el año 2030, pero quizá el más importante, a nuestro modo de ver, sobre todo para las pymes, es que aprendamos a generar alianzas entre organizaciones para conseguir un objetivo común. El miedo a la competencia, a la pérdida de liderazgo, a compartir el conocimiento siempre ha paralizado a las empresas pequeñas en este sentido. Quizá es normal ya que el esfuerzo que una empresa pequeña realiza para destacar en su sector es grande, pero por eso es un reto».

Jose Manuel López,
CEO de Residuos Electrónicos



11. PwC, *SDG Reporting Challenge 2018*: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/sostenibilidad/sdg-reporting-2018-spain.pdf>

Pero ¿cómo están las empresas españolas pasando del compromiso a la acción en estos 4 años? Hay una clara evolución si atendemos a la información que las empresas adheridas al Pacto Mundial incluyen en sus memorias de sostenibilidad. Es destacable que las empresas que incluyen metas e indicadores en ODS han pasado de un 53% en 2016 a un 63% en 2019 y que aquellas que reportan cómo integran los ODS en su modelo de negocio han pasado de un 56% en 2016 a un 66% en 2019. Más lenta es la evolución en el establecimiento de alianzas y en la comunicación de resultados e impactos más concretos.



Evolución empresas españolas en su contribución a los ODS¹²

INDICADOR DE DESEMPEÑO	2016	2017	2018	2019
Las empresas reportan las oportunidades y responsabilidades que los ODS representan para su negocio.	63%	66%	68%	68%
Las empresas reportan los ODS prioritarios para su compañía.	50%	55%	60%	61%
Las empresas reportan metas e indicadores en uno o más ODS.	53%	60%	62%	63%
Las empresas reportan cómo están integrados los ODS en el modelo de negocio.	56%	61%	64%	66%
Las empresas reportan los resultados e impactos de las actividades de la compañía en ODS.	46%	46%	48%	45%
Las empresas reportan alianzas en ODS con otros grupos de interés.	42%	45%	46%	48%

El paso de la teoría a la acción según establece la guía *SDG Compass*¹³ comienza con el establecimiento de objetivos ambiciosos, medibles y con límites en el tiempo. En este sentido supone un hito relevante la recopilación en esta publicación de más de 160 compromisos cuantificables en ODS por parte de más de 80 empresas socias de la Red Española. Éstas se comprometen de forma firme a impulsar transformaciones que contribuyan a la Agenda 2030 en el medio y largo plazo, marcando tendencia y mostrando el camino a seguir al resto de organizaciones.

El principal reto es incorporar a cada vez más entidades en la acción por los ODS, hasta alcanzar cuotas más representativas del conjunto del tejido empresarial español. No es tarea fácil, habrá que convencer a todas las empresas de que su papel en la Agenda 2030 es protagonista y no secundario.

12. Información obtenida del SDG Questionnaire, cuestionario para las empresas adheridas al Pacto Mundial al entregar sus informes de progreso. Datos de 2019 hasta el 12 de septiembre.

13. SDG Compass: <https://sdgcompass.org/>



+ LAS GRANDES EMPRESAS LIDERAN LA CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030



Muchas empresas todavía no conocen los ODS ni lo que éstos suponen y sin conocimiento no hay compromiso ni cambio. Este desconocimiento que detectamos no es privativo del sector privado. La Agenda 2030 implica a todos los sectores por lo que cada ciudadano, colegio, instituto, universidad, Administración Pública, etc. debería conocerlos, asumirlos e instaurarlos como guía de acción».

Clara Arpa,
CEO de ARPA Equipos Móviles de Campaña

LAS GRANDES CORPORACIONES MARCAN EL CAMINO

Las grandes empresas están posicionándose rápidamente como actores relevantes en el marco de la Agenda 2030. En un estudio de PwC a más de 700 multinacionales en todo el mundo, se concluyó que el 72% de las empresas ya incluyen los ODS en sus memorias de sostenibilidad¹⁴. A nivel nacional, el 68% de las grandes empresas españolas conocen los ODS en profundidad frente al 22% de las pymes y un 87% de las grandes ya están tomando medidas de contribución frente a un 54% de las pequeñas y medianas¹⁵.

En España, las empresas del IBEX 35 también llevan años avanzando. Actualmente el 86% de las empresas del índice bursátil ya se comprometen con los ODS, cifra que era solo del 49% en 2016 y un 66% ya especifica en su memoria de sostenibilidad cómo contribuye al marco de Naciones Unidas frente a solo el 6% en 2016. La alineación de los ODS con los programas de acción social, voluntariado y cooperación internacional también ha avanzado del 0% en 2016 al 29% en 2019, junto con las alianzas, que han pasado de un 0% en 2016 a un 54% en 2019. Los avances son muy significativos, los ODS han calado entre las grandes empresas y éstas los están incorporado a todos los niveles.

SE REQUIERE
MÁS FORMACIÓN A LAS
Y LOS EMPLEADOS Y EL
ESTABLECIMIENTO DE
COMPROMISOS
CUANTIFICABLES



14. PwC, **SDG Reporting Challenge 2018**: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/sostenibilidad/sdg-reporting-2018-spain.pdf>

15. Red Española del Pacto Mundial. **Las empresas españolas ante la Agenda 2030, 2018**: https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/07/Las-empresas-espa%C3%B1olas-ante-la-Agenda-2030_def_p.pdf

Evolución del IBEX 35 en su contribución a los ODS¹⁶

INTEGRACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE			2016	2017	2018	2019
	PASO 1 Entendiendo los ODS	Menciona en la memoria de sostenibilidad que se han incorporado los ODS en la estrategia empresarial.	49%	74%	80%	86%
		Detalla en la carta del máximo cargo el compromiso de la empresa por los ODS.	9%	29%	43%	37%
	PASO 2 Definiendo prioridades	Identifica los ODS prioritarios que afectan a la empresa.	20%	57%	77%	80%
		Especifica cómo la empresa contribuye a su consecución.	6%	23%	57%	66%
	PASO 3 Estableciendo objetivos	Establece objetivos medibles y cuantificables por cada uno de los ODS prioritarios identificados.	0%	9%	17%	20%
		Mide los avances realizados en cuanto a estos objetivos establecidos.	0%	0%	6%	9%
	PASO 4 Integrando	Alinea los ODS con sus programas de acción social/voluntariado y/o cooperación internacional.	0%	17%	23%	29%
		Dispone y reporta una formación específica de ODS a los empleados.	0%	0%	0%	3%
	PASO 5 Reportando y comunicando	Incluye una correlación entre indicadores GRI, asuntos materiales o secciones de la memoria, con los ODS.	14%	31%	54%	40%
		Reporta buenas prácticas o alianzas referentes a ODS.	0%	20%	40%	54%

Metodología de indicadores basada en el SDG Compass.

Sin embargo, aún hay dos puntos principales sobre los que las grandes empresas han de trabajar: formación en ODS y establecimiento de compromisos cuantificables. Solo un 20% del IBEX fija compromisos concretos y actualmente solo un 3% de las empresas incluye en su memoria acciones de formación en ODS. Sin duda, las acciones con menos evolución desde 2016. Lo mismo ocurre en el ámbito internacional, de la muestra de 729 grandes corporaciones estudiada por PwC, solo el 23% fijan objetivos concretos y cuantificables sobre los ODS¹⁷.



Desde Tinkle observamos que las grandes empresas españolas están concienciadas con los ODS y la Agenda 2030, al igual que con la sostenibilidad desde hace dos décadas, y muchas de ellas los ven como un valor diferencial para su actividad y legitimidad para operar, circunstancia que no se da, por lo general, en las pequeñas y medianas empresas. Por eso, las grandes empresas tendrían que acompañar y animar a las pymes, que en muchos casos son proveedores suyos, a integrar el desarrollo sostenible en su actividad. Así, la repercusión de la Agenda 2030 seguro que sería mayor».

Javier Curtichs,
CEO de Tinkle



16. Información obtenida del análisis de las empresas del IBEX 35 realizado anualmente por la Red Española del Pacto Mundial.

17. PwC, SDG Reporting Challenge 2018: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/sostenibilidad/sdg-reporting-2018-spain.pdf>

PRESENCIA DE LA DIMENSIÓN EMPRESARIAL EN LA ESFERA PÚBLICA

Tras la aprobación de la Agenda 2030 en septiembre de 2015, han existido diferentes velocidades para desarrollar el marco en contextos nacionales y locales.

En España, no fue hasta dos años después, en septiembre de 2017, cuando se creó el Grupo de Alto Nivel (GAN) para la Agenda 2030, con el fin de coordinar la posición española. El siguiente paso fue la presentación del Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030, donde se incluía el posicionamiento de las empresas españolas respecto a los ODS, y la constitución del Alto Comisionado para la Agenda 2030 en julio de 2018, desde entonces este órgano ha liderado el proceso a nivel gubernamental. El Consejo de Desarrollo Sostenible ha marcado también un hito importante para las empresas. Este órgano multiactor, constituido en febrero de 2019, será el órgano asesor y de colaboración del gobierno con la sociedad civil y tendrá 48 miembros, de los cuales 7 son vocales del sector empresarial, entre ellos, la Red Española del Pacto Mundial.

+ SE ESTÁN ACTIVANDO MEDIDAS DESDE EL ÁMBITO PÚBLICO, QUE INCLUYEN LA DIMENSIÓN DE EMPRESA

La mayor parte de las comunidades autónomas también han aprobado una estrategia o están en proceso de hacerlo, algunas fueron pioneras como la Comunidad Valenciana (2016), el País Vasco (2017) o Aragón (2018), cuyos planes contienen medidas concretas para el sector empresarial. La acción pública en España no ha sido rápida, pero los avances son constantes a día de hoy.

A nivel regional se está trabajando en la estrategia de la Unión Europea en la Agenda 2030, que podrá ser más o menos vinculante para los países, pero que seguro incluirá la responsabilidad social corporativa como uno de sus ejes principales, tal y como indica el documento de reflexión previo a la misma¹⁸. En el ámbito internacional, más de 141 países ya han presentado el llamado examen voluntario nacional y por tanto han rendido cuentas ante Naciones Unidas sobre su desempeño. Según GRI, en 2018, el 58% de los países que presentaron su examen nacional incluían en el mismo la responsabilidad social¹⁹. En septiembre de 2019 se celebra el *SDG Summit*, la



«Los ODS deberían situarse en el centro de la agenda política global. El desafío es inmenso porque es necesario un cambio de paradigma que, si bien ya ha empezado a producirse, necesita un impulso adicional que le permita alcanzar una velocidad de crucero para poder cumplir los retos. Este impulso ha de venir de todos los ámbitos implicados, gobiernos y administración, sector privado, inversores y sociedad civil».

José Luis Curbelo,
Presidente/CEO de COFIDES

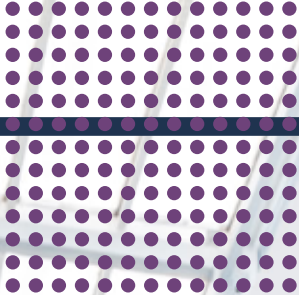
primera cumbre de alto nivel de Naciones Unidas sobre los ODS desde 2015, donde se evaluarán los avances en estos 4 primeros años.

El punto débil es la existencia de muy pocos países que cuenten con una Estrategia de Desarrollo Sostenible alineada con la Agenda 2030 en la actualidad. En Europa, solo algunos países como Alemania, Irlanda o Suecia tienen una estrategia con objetivos a medio y largo plazo en torno a los 17 ODS, una de las acciones políticas con mayor capacidad para activar cambios. España lo hará previsiblemente en 2020. Por otro lado, la inclusión de la dimensión empresarial en estas estrategias es vital para que las empresas puedan acelerar sus contribuciones a los ODS y para facilitar las alianzas público-privadas entre diferentes actores, por lo que esta dimensión ha de contemplarse y no dejarse en un segundo plano.

POCOS PAÍSES TIENEN UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE ALINEADA CON LOS ODS

18. Comisión Europea, Documento de reflexión Hacia una Europa sostenible en 2030, 2019: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2019/ES/COM-2019-22-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

19. GRI, Reporting on SDGs challenges and opportunities, 2018: https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/cms_content_documents-file-762-1-oct-1500-teheresa-fogelberg-global-reporting-initiative.pdf



EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LA AGENDA 2030

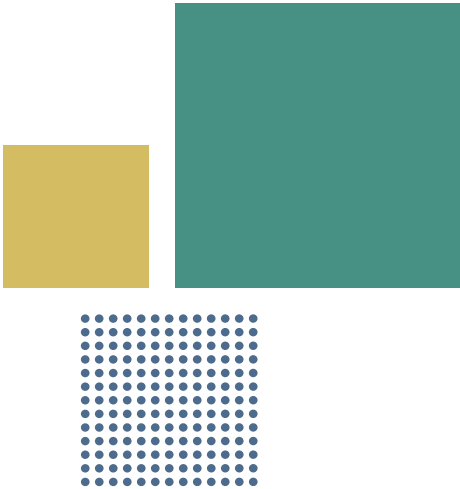


Naciones Unidas llama a los líderes empresariales del mundo a repensar su forma de hacer negocios y por tanto su forma de liderazgo como palanca para acelerar el cumplimiento de la Agenda 2030. Líderes que contemplen nuevos objetivos más allá de los empresariales, objetivos que generen impactos sociales y ambientales positivos para la sociedad y el planeta. La alta dirección de una organización es la encargada de asumir ese liderazgo y activar el cambio, extendiéndolo entre todas las personas en la cadena de valor y logrando, en última instancia, una empresa líder en su contribución a los ODS.

Los próximos 11 años requieren de un liderazgo empresarial amplio y decidido que de lugar a empresas proactivas en la transformación de sus modelos de negocio y a mercados cada vez más sostenibles e inclusivos, que faciliten alcanzar los Objetivos globales en 2030.

EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN ODS: LA ALTA DIRECCIÓN

Al hablar de liderazgo empresarial, de forma general, se alude al proceso por medio del cual el líder de la empresa es capaz de influir en los demás para poder conseguir los objetivos y satisfacer las necesidades de la empresa.



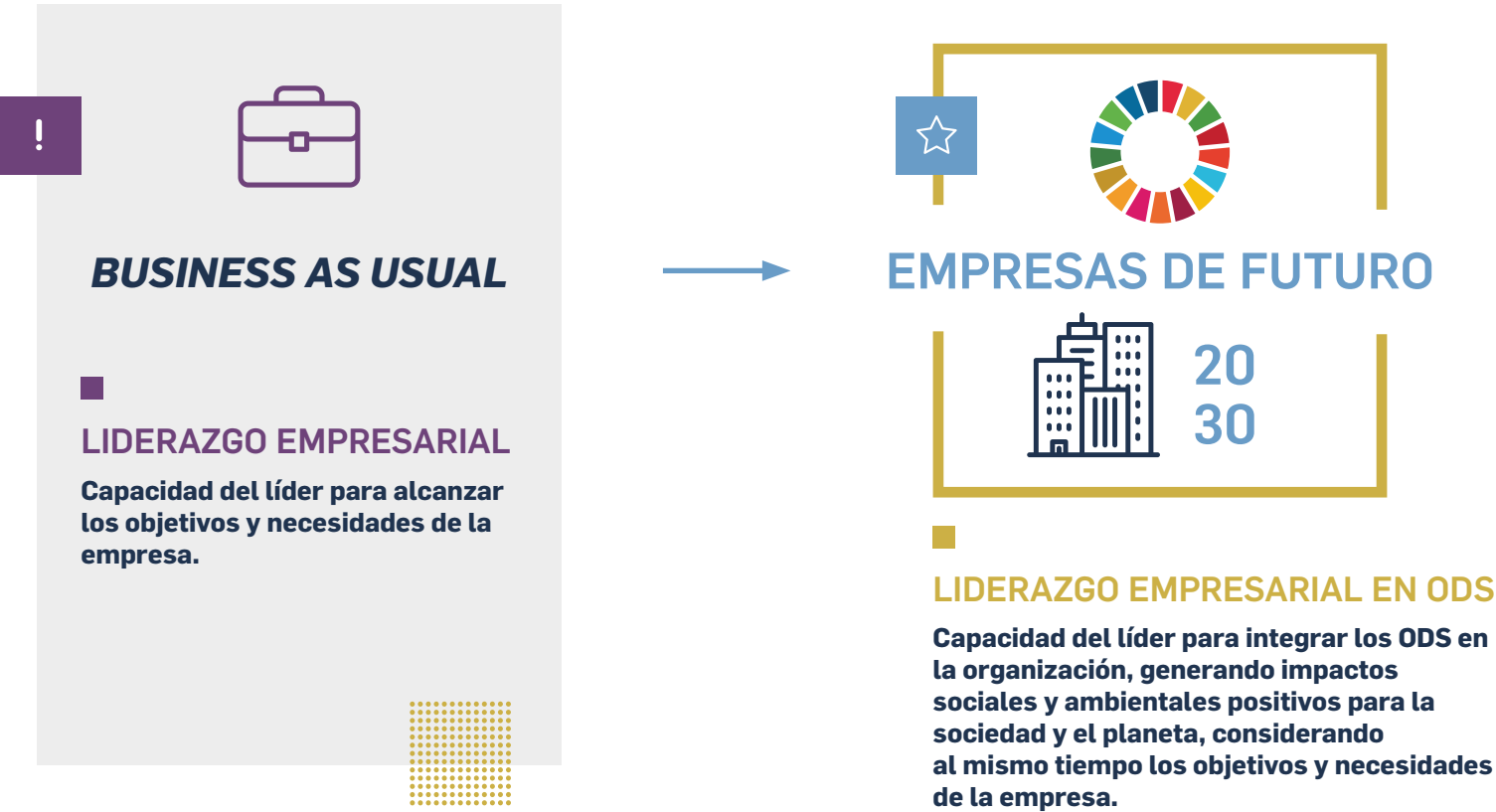
Hemos convertido a los ODS en eje de actuación de toda nuestra actividad, y están integrados en todos los niveles de nuestra cadena de valor. Asumir los ODS permite medir con precisión el alcance de la sostenibilidad integral y de la generación de valor medioambiental, base de nuestra estrategia. Nos permite además ofrecer a nuestras personas y a nuestros proveedores una guía de referencia indispensable en la toma de decisiones ante los desafíos globales que entendemos como retos compartidos. Los ODS deben comprometer a largo plazo en cualquier ámbito de la sociedad, individual o colectivo».

Pablo Isla,
Presidente de INDITEX

En cambio, el liderazgo empresarial en ODS es la habilidad del líder de la empresa para influir en la integración de los ODS en la organización de forma transversal, ayudando a generar impactos sociales y ambientales positivos para la sociedad y el planeta, considerando al mismo tiempo siempre las necesidades y objetivos de la empresa. Los líderes empresariales tienen una alta capacidad de influencia no solo sobre su organización, sino también sobre la comunidad empresarial y la sociedad y, por tanto, pueden ser actores clave para acelerar las transformaciones que la Agenda 2030 requiere.



El liderazgo empresarial en ODS: del *business as usual* a empresas de futuro



Los CEOs llevan el timón de la organización; tienen una capacidad inigualable para convencer al resto del equipo directivo de los beneficios que la Agenda 2030 puede tener para la empresa, los mercados y la sociedad, lo que facilita que se impulsen grandes objetivos sociales y ambientales y se acelere la transformación del modelo de negocio bajo criterios de sostenibilidad. Además, el CEO puede influir para destinar más recursos a la contribución de los ODS y para que la empresa se una a movimientos e iniciativas globales y locales de liderazgo empresarial en la Agenda 2030.

Lise Kingo, Directora Ejecutiva del Pacto Mundial de Naciones Unidas, lanzó un mensaje dirigido a la alta dirección en el Foro Económico Mundial de 2019: «Me gustaría pedir a los directores generales que asisten al Foro Económico Mundial que se comprometan con nuestro movimiento global de empresas responsables, para todos juntos crear el mundo que queremos a través de negocios basados en los Diez principios y los ODS²⁰».

Parece que esta llamada está surtiendo efecto, cada vez más CEOs apuestan por un claro liderazgo en ODS. En una encuesta a más de 1.000 directores generales en todo el mundo, el 90% de ellos aseguran que sus empresas han de tener un propósito y un papel central en la sociedad, y el 87% ve a los ODS como una oportunidad esencial

para repensar los enfoques de creación de valor sostenible²¹. A nivel de implementación, según otro estudio del Pacto Mundial a las empresas de la iniciativa, en el 68% de ellas, las políticas de responsabilidad corporativa son elaboradas o evaluadas de forma directa por los directores ejecutivos²².

El Pacto Mundial y las Naciones Unidas están involucrando en sus acciones a la alta dirección. Un ejemplo en este sentido es la alianza *Global Investors for Sustainable Development*, lanzada por Naciones Unidas en mayo de 2019, compuesta por directores generales de grandes empresas cuyo fin es desbloquear un mayor nivel de financiación privada para la Agenda 2030.

20. **United Nations, 2019:** <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2019/01/sdg-media-compact-exclusive-interview-with-lise-kingo-ceo-and-executive-director-of-un-global-compact/>
21. **Global Compact, Accenture. Agenda 2030: a Window of Opportunity,** 2017.

22. **UN Global Compact Progress Report 2018:** <https://www.unglobalcompact.org/library/5637>

Acciones para ser un líder empresarial en ODS²³

El liderazgo empresarial en ODS requiere actuar para acelerar el cumplimiento de la Agenda 2030 pero ¿qué acciones pueden ser las más transformadoras y marcar la diferencia? Aquí se proponen algunas que pueden ayudar a cambiar el rumbo de los mercados globales.

1. CONVENCER A LA COMUNIDAD EMPRESARIAL DE LOS BENEFICIOS DE LOS ODS

Según las Naciones Unidas, la Agenda 2030 es el único modelo viable de crecimiento sostenible a largo plazo y además ofrece importantes oportunidades de negocio. Los líderes empresariales pueden divulgar estos mensajes dentro de su organización y entre otras empresas, inversores o accionistas.

2. INCORPORAR LOS ODS EN LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

Los líderes empresariales pueden utilizar los ODS como un eje central dentro de la estrategia de la compañía, dejando atrás el *business as usual*. Esto significa actuar en consistencia con las metas de la Agenda 2030: dirigiendo la planificación estratégica y la innovación a soluciones sostenibles, comercializando productos y servicios que incluyan criterios de sostenibilidad, estableciendo objetivos a medio y largo plazo alineados con los ODS o impulsando la igualdad de género a todos los niveles. Los líderes empresariales han de hacer suya la Agenda 2030, para que el devenir político o corporativo no afecte al compromiso de las empresas.

3. ACELERAR LAS TRANSFORMACIONES SECTORIALES

Los líderes empresariales pueden ayudar a acelerar las transformaciones en sectores enteros, convenciendo a sus homólogos de las oportunidades existentes. Fijar rutas de acción sectoriales en ODS, considerando las tecnologías y políticas públicas necesarias o los nuevos requisitos de financiación puede ayudar a desbloquear nuevas oportunidades de negocio. El hecho de integrar la sostenibilidad en sectores clave puede inclinar la balanza hacia el éxito o el fracaso de la Agenda 2030.

4. TRABAJAR CON LOS RESPONSABLES POLÍTICOS PARA DETERMINAR EL COSTE DE LOS RECURSOS NATURALES Y HUMANOS

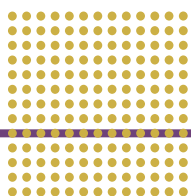
El coste a pagar por las externalidades negativas de las empresas, como la emisión de gases de efecto invernadero (el precio del carbono) o el uso de otros recursos ambientales, como el agua, son fijados por los mercados, tanto los regulados como los voluntarios y también por los responsables políticos en muchos países, por ejemplo, a través de impuestos. Los líderes empresariales pueden colaborar con los responsables políticos, otras empresas y la sociedad civil para diseñar políticas fiscales y regulatorias favorables al cumplimiento de la Agenda 2030.

5. IMPULSAR UN SISTEMA FINANCIERO ORIENTADO A LA INVERSIÓN SOSTENIBLE A LARGO PLAZO

El logro de los ODS requiere una inversión adicional estimada de 2,4 billones de dólares al año, particularmente en proyectos de infraestructuras y otros con largos períodos de amortización. Hay capital disponible, pero muchos inversores buscan liquidez y ganancias a corto plazo. Los líderes empresariales pueden ayudar a movilizar financiación en tres direcciones: impulsando la transparencia a través de tablas uniformes de clasificación para el desempeño empresarial en ODS, fomentando el uso de instrumentos financieros mixtos para atraer mayor financiación privada hacia las infraestructuras sostenibles y alineando las reformas normativas del sector financiero con inversiones sostenibles a largo plazo.

6. RECONSTRUIR EL CONTRATO SOCIAL

La confianza en las empresas se ha erosionado desde la crisis financiera mundial y parte de la sociedad considera que éstas no han cumplido con el contrato social acordado y, por tanto, con sus deberes y derechos. La reconstrucción del contrato social exige que las empresas respeten los derechos humanos en sus actividades, contribuyan positivamente en las comunidades en las que operan y paguen sus impuestos de forma transparente. La defensa de políticas responsables y el trabajo hacia la consecución de la Agenda 2030 conjuntamente con gobiernos, consumidores, trabajadores y sociedad civil son claves para que las empresas recuperen al completo la confianza de la sociedad.



23. Estas acciones se basan en recomendaciones de la Comisión Comercio y Desarrollo Sostenible (BSDC en inglés) en el informe Better World, Better Business.



ANTONIO GARAMENDI

Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)

«UN LÍDER EMPRESARIAL HA DE TENER SIEMPRE PRESENTE TRES CONCEPTOS BÁSICOS: EL HUMANISMO, LA COMPETITIVIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD».

¿Cuáles considera que son los atributos de un líder empresarial en el marco de la Agenda 2030?

Yo hablaría de tres conceptos básicos: el humanismo, la competitividad y la sostenibilidad.

Un líder empresarial debe tener siempre presente el humanismo: la persona como centro de la toma de decisiones. Desde los proveedores hasta los clientes, pasando por sus empleados, los empresarios debemos poder trabajar esta idea con todos nuestros grupos de interés, no dejar a nadie atrás, como dicen desde Naciones Unidas.

La competitividad es básica para cualquier empresario, las empresas debemos seguir siendo competitivas en nuestra actividad. En el marco de la Agenda 2030 se encuentran nuevas oportunidades de crecimiento para que nuestros negocios generen la prosperidad deseada y se consoliden en el tiempo, evitando su desaparición.

Por último, la sostenibilidad debe ser un principio que guíe el modelo de negocio de cualquier empresa, entendida como el uso racional de los recursos, permitiendo que las generaciones futuras puedan conocer y disfrutar de nuestro planeta como nosotros lo hemos hecho. Y esto es posible en la mayoría de los casos si se puede desarrollar la innovación adecuada. Aquellas empresas que no evolucionen por este camino acabarán siendo expulsadas de un mercado que no va a admitir otra forma de generar bienes y servicios.

La Agenda 2030 es un proyecto global, a través del cual, por ejemplo, el Gobierno de España ha articulado toda su acción de Gobierno. Liderar esta agenda, en el ámbito empresarial, va mucho más allá de liderar un proyecto. Supone, en primer lugar, tener la visión holística y de futuro de cómo afrontar un reto país desde la empresa. Supone ver más allá de intereses cortoplacistas y saber hacia dónde queremos ir y, sobre todo, cuál es el papel que debe jugar la empresa. Las empresas debemos tener a las personas en el centro de este proyecto, forjando alianzas para el sustento de nuestro bienestar.

Y como atributos personales, requiere visión de futuro, empatía, credibilidad, honestidad, convicción de que es el proyecto adecuado, claridad, sentido del interés general, generosidad, capacidad de ne-

gociación y ganas de construir un futuro mejor, por tanto, de diálogo, para lograr las metas de la Agenda 2030.

¿Qué acciones de éxito habéis impulsado desde CEOE orientadas a algunos de los retos que plantea la Agenda 2030?

Desde CEOE representamos los intereses de cerca de tres millones de empresas y autónomos, 4.500 organizaciones, que suponen un 99% del tejido empresarial, por lo que nuestro deber es liderar la iniciativa de implementación de la Agenda 2030 en el sector privado.

Precisamente este es uno de nuestros papeles más relevantes, representar al sector privado como actor fundamental del cambio en todos los foros, y debemos aportar estrategias reales para la Agenda 2030. Con esta meta, desde nuestra organización, y a través de distintas comisiones, se han creado grupos de trabajo específicos de la Agenda 2030, para que sirvan de guía a nuestras empresas en el tránsito de sus negocios hacia un mundo sostenible. Además, realizamos numerosas jornadas y workshops en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con un alto índice de asistencia y seguimiento.

En CEOE estamos en un proceso de reflexión que pretende alinear nuestras actuaciones con la Agenda 2030. CEOE es en sí misma una gran alianza. Trabajamos diariamente en el ODS 17 —Alianzas para lograr los objetivos— y tenemos claro que las alianzas, entre nuestros socios, con la Administración y con otros agentes de la sociedad, son el marco de actuación que requiere el futuro.

Por citar una experiencia en concreto dentro de CEOE, resaltaría el Proyecto Promociona, una formación que busca una mayor representación de la mujer en el ámbito de la alta dirección en las empresas.

¿Qué alicientes necesitan las empresas españolas para contribuir en mayor grado a la Agenda 2030?

Destacaría tres necesidades básicas y una petición. Por un lado, sería necesario concretar un proceso sencillo, comprensible y bien trazado para llevar a cabo esta transición y que, como resultado de dicho proceso, la empresa tenga claro que va a obtener una mayor

competitividad y una oportunidad de negocio que le va a permitir no salirse del mercado. También es fundamental proporcionar un acceso rápido a la innovación concreta que precisaría cada una para afrontar ese cambio y lógicamente también acceso a los recursos económicos necesarios para invertir en la transformación de los procesos productivos. Por último, serían muy necesarios unos sistemas de medición estándar concretos homologados, que permitan a la empresa construir una foto lo más real posible para medir sus avances en esta transición.

El mejor aliciente que pueden tener las empresas es que haya un compromiso real del Gobierno y del país con la Agenda 2030. La Agenda debe ser un proyecto de país en el que toda la sociedad esté involucrada y en el que haya consenso político. En este contexto, parece casi innecesario decir que la participación de las empresas es muy relevante. Por eso mismo deben estar presentes desde los primeros pasos en el debate, diseño, elaboración e implantación de políticas, medidas e iniciativas si de verdad queremos transitar a un 2030 que vea cumplidos los objetivos que hemos asumido como país y que no deje a nadie atrás. Tenemos que ser capaces de ver esta Agenda como una oportunidad y no como una amenaza para que pueda ser una realidad.

¿Considera que la innovación y las nuevas tecnologías que se desarrollen desde el ámbito privado han de facilitar el alcance de la Agenda 2030?

Claro, por supuesto, son fundamentales. La innovación y la tecnología desarrollada desde el ámbito privado son fundamentales para alcanzar la Agenda 2030, por ello debe existir por parte de la Administración y del sector financiero, a través de los planes de finanzas sostenibles, un apoyo expreso a la financiación de esta innovación. También es muy relevante consensuar los plazos para el desarrollo y la implementación de estas nuevas soluciones, porque si se imponen plazos irreales, el sector privado no será capaz de desarrollar la tecnología adecuada que permita abordar estos cambios. Por ello, hace falta que el sector público escuche al sector privado con el ánimo de construir juntos transformaciones reales que beneficien a todos.

La innovación y las tecnologías van a ser herramientas imprescindibles para conseguir los objetivos de descarbonización de la economía. Alcanzar un compromiso de emisiones netas cero en 2050 conlleva una gran apuesta por la innovación y la tecnología. Sin ello, será imposible. No en vano la UE ha incrementado notablemente el presupuesto dedicado a la acción climática y está apostando por estos ámbitos de actuación con nuevos fondos, con el plan de acción de finanzas sostenibles y con el refuerzo de alianzas en torno a áreas de futuro como puede ser el campo del almacenamiento de energía. Por supuesto, vendrán de la mano de las empresas, por lo que tienen que crearse los entornos propicios para que sean una realidad.

Existen alrededor de 600 millones de trabajadores en las cadenas mundiales de suministro, por lo que gestionar de forma sostenible a los proveedores es clave para contribuir a los ODS. ¿Cómo pueden las empresas españolas concienciar e integrar entre sus proveedores la Agenda 2030?

Los Códigos de Conducta de Proveedores en el marco de las metas de la Agenda 2030 establecen unos estándares internos que garantizan en los distintos niveles de la cadena de suministro la implementación de los ODS, permitiendo a la empresa española tomar medidas de aseguramiento previas, a la hora de firmar los contratos de suministros, ya que a los proveedores se les exige unos estándares mínimos, y también medidas de aseguramiento posteriores para que, una vez haya pasado un periodo razonable de tiempo, la empresa pueda realizar auditorías aleatorias entre sus proveedores.

De todas formas, no debemos olvidar que las compañías externalizadas en países que no cuentan con estándares mínimos legales que controlen la actividad de sus empresas tienen mayor riesgo para la implementación, que no debería achacarse en ningún caso a la empresa española si ha tomado las medidas de aseguramiento que razonablemente serían exigibles conforme a ese código de conducta.

No obstante, se podría tomar como ejemplo de integración aquellas acciones que ya están llevando a cabo muchas empresas españolas, para concienciar e integrar la Agenda 2030 entre sus proveedores, mediante una serie de reuniones, campañas o workshops, para que éstos conozcan qué están haciendo y cómo pueden hacerlo, ayudando a identificar aquellos aspectos más importantes a tratar en función del sector y la actividad de cada empresa.

Por último, en su opinión ¿cuáles son las claves para pasar de la teoría a la acción empresarial en la Agenda 2030 en España?

Por parte de la empresa, lo dicho: competitividad, humanismo y sostenibilidad serían los principios básicos.

Por parte de la Administración Pública, facilitar estándares, plazos y guías consensuadas con el sector privado para llegar con realismo y éxito al 2030.

Por parte del Sistema de Investigación Privada, se precisan recursos y tiempo de desarrollo apropiado para posibilitar una innovación tecnológica adecuada.



LÍDERES EMPRESARIALES EN EMPRESAS LÍDERES

Los líderes empresariales son fundamentales para expandir el mensaje de la Agenda 2030 entre la comunidad empresarial, pero se necesita un liderazgo colectivo del conjunto de la empresa para ir un paso más allá.

Las empresas líderes cultivan el liderazgo a todos los niveles. El esquema es sencillo. La alta dirección ha de liderar el proceso, pero éste es solo el primer paso para llevar el liderazgo a cada una de las áreas de la compañía, aprovechando las capacidades y el potencial de todas las personas que integran la organización a lo largo de la cadena de valor.

Las empresas líderes en ODS cuentan con un propósito adicional al de cumplir con los objetivos empresariales: ayudar a construir un mundo más sostenible, a través de resultados sociales y ambientales. Por tanto, no solo han de adaptarse al contexto cambiante, sino que han de ser proactivas en la transformación de sus modelos de negocio, sus cadenas de valor y del mercado en general. En resumen, es necesario que las empresas -y sus líderes- no solo se adapten al futuro, sino que construyan el futuro que queremos. Ése es el liderazgo al que llama Naciones Unidas.

Antonio Guterres, Secretario General de Naciones Unidas, afirmó en el Foro del Sector Privado de las Naciones Unidas en 2017: «si los ODS no se asumen plenamente por la comunidad empresarial, el impacto sobre las personas, la pobreza y el planeta será extremadamente pequeño. Sin su liderazgo, nuestro proyecto simplemente fracasará». El objetivo del Pacto Mundial en este sentido es crear un movimiento de empresas líderes en sostenibilidad, que marquen tendencia con sus actuaciones.

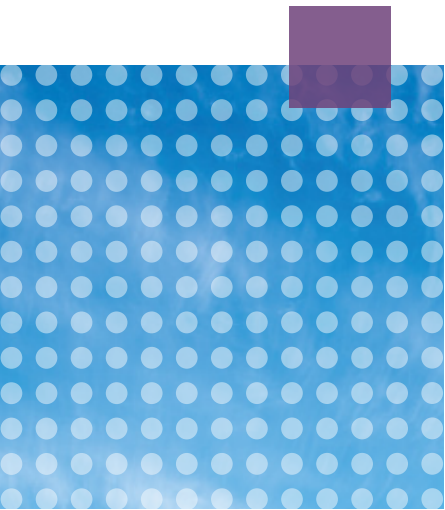


Nuestro propósito es aportar nuestro granito de arena a la creación de un turismo más responsable mediante una gestión sostenible de nuestra actividad. Trabajamos en implantar una mejora de procesos que nos llevará al cumplimiento de los ODS y Agenda 2030. Hoy no se puede desarrollar una labor como empresario sin generar valor. Es importante que las empresas encuentren la forma de hacerlo dentro de su negocio y ofrecérselo a sus consumidores y stakeholders. Debemos, entre todos, promover un cambio de pautas de consumo, independientemente del sector en el que trabaje cada empresa y alinearnos en la consecución de los objetivos de la Agenda».

Sabina Fluxá,
Vicepresidenta y CEO de Grupo Iberostar

Las empresas líderes pueden serlo, independientemente de su tamaño, sector o lugar de actuación, tal y como la Agenda 2030 reconoce en su texto aprobatorio: «Reconocemos el papel que desempeñarán en la implementación de la nueva Agenda los diversos integrantes del sector privado, desde las microempresas y las cooperativas hasta las multinacionales». Las pequeñas y medianas empresas, que constituyen el 95% del tejido empresarial en el mundo y el 99,98% en España, pueden liderar al igual que las grandes corporaciones.

Progresión del liderazgo en ODS en las empresas



«Creo que formar parte de las entidades, empresas o colectivos vinculados a ODS, nos aúna y es un elemento facilitador de sinergias, colaboración y alianzas. Aportan un valor añadido indiscutible al producto y a la empresa. Como pyme nosotros desde hace casi 10 años estamos implementando en la casa la RSE de manera integral, y actualmente ya trabajamos la sostenibilidad. Nuestra apuesta para el 2030 es el Turismo Sostenible».

Felisa Palacio,
CEO Tarannà Viajes con Sentido



DIAGNOSTICA EL LIDERAZGO DE UNA EMPRESA EN ODS

Llegar a ser una empresa líder en ODS requiere pasar del compromiso a los hechos y tomar medidas que tenga un impacto real. Aquí se exponen 6 acciones fundamentales para que una empresa empiece el camino hacia el liderazgo, pero éstas no excluyen otras muchas posibles. Estos campos se han construido en base a las recomendaciones incluidas en la publicación *Blueprint, Guía para el Liderazgo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible* del Pacto Mundial de Naciones Unidas.



Diagnostica el liderazgo de una empresa en ODS

1.

Forma parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
2.

Cuenta con el liderazgo de la alta dirección.
3.

Integra los ODS en la estrategia corporativa de la organización y los expande.
4.

Fija compromisos cuantificables alineados con la Agenda 2030.
5.

Innova a través de nuevas oportunidades de negocio.
6.

Crea alianzas estratégicas con otros agentes.



1. FORMA PARTE DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

El Pacto Mundial es la mayor iniciativa de responsabilidad social y sostenibilidad empresarial del mundo, formar parte de ésta supone el primer paso para mostrar el compromiso de una empresa con la Agenda 2030 y con una actuación responsable acorde a los Diez Principios del Pacto Mundial. La empresa pasará a formar parte de un movimiento global de organizaciones líderes cuyo fin es crear un mundo más sostenible. El Pacto Mundial cuenta actualmente con más de 9.500 empresas y 3.000 organizaciones con sede en más de 160 países y 60 redes locales que aterrizan la sostenibilidad en el ámbito local. Empresas de todos los tamaños y sectores juegan un papel fundamental en el movimiento.

Pero, ¿las empresas adheridas a la iniciativa tienen realmente una actuación más sostenible? EcoVadis en un reciente estudio

a más de 30.000 empresas en todo el mundo afirma que aquellas que forman parte del Pacto Mundial tienen un mejor desempeño en el ámbito de la sostenibilidad en sus cadenas de suministro, hasta 12 puntos por encima respecto a las organizaciones no adheridas²⁴. En otro análisis de Arabesque S-Ray sobre el grado de implementación de los Diez Principios del Pacto Mundial en una muestra con las empresas adheridas a la iniciativa y 7.000 empresas que no lo están, se concluyó que las empresas adheridas tienen una puntuación media de 62,21 puntos en comparación con la media de 53,89 puntos de las no adheridas²⁵. En la misma línea, un estudio del Observatorio de los ODS a 169 empresas españolas cotizadas afirma que el 75% de las adheridas al Pacto Mundial ya menciona a los ODS en sus memorias, frente a solo el 15% de las no adheridas²⁶. Los resultados indican que las empresas que se comprometen con la iniciativa y utilizan sus recursos logran mayores progresos y un mejor posicionamiento en sostenibilidad.

24. **EcoVadis, A Comparison of CSR Performance of the UN Global Compact Signatories and Non-Signatories, 2019:** https://www.eticanews.it/wp-content/uploads/2019/03/EcoVadis_study_on_UN_Global_Compact_2018.pdf

25. **UN Global Compact Progress Report 2018:** <https://www.unglobalcompact.org/library/5637>

26. **Observatorio de ODS, La contribución de las empresas españolas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2019:** https://obrasociallacaixa.org/documents/10280/825331/la_contribucion_de_las_empresas_espanolas_a_los_ods_segundo_informe_es.pdf/fc822707-259a-67e4-231a-76e3ffd6301b?t=1558968131327



Llevamos desde el año 2004 desarrollando en nuestra organización el Pacto Mundial de Naciones Unidas, por lo que no tuvimos dudas para suscribir como propia la Agenda 2030 y sus ODS. Para las grandes empresas globales, asumir este tipo de compromisos de una manera transversal es algo más complejo, pero también más gratificante porque nos permite llegar más lejos con nuestro mensaje. Hoy MAPFRE está dando altavoz e impulsando los ODS en cerca de 50 países del mundo. Y lo hacemos implicando a todos nuestros grupos de interés, con herramientas que les permitan personalizar su compromiso con alguno/s de los ODS. Y por supuesto, impulsándolo como propio desde el primer nivel de dirección de la compañía».

Antonio Huertas,
Presidente de MAPFRE



2. CUENTA CON EL LIDERAZGO DE LA ALTA DIRECCIÓN

Para alcanzar un cambio organizacional significativo es necesario contar con el liderazgo activo de la alta dirección de la compañía, particularmente del CEO, pero también de la presidencia, las juntas directivas o los consejos de administración. La alta dirección puede incluir la sostenibilidad en la visión y el propósito de la compañía, estimular al conjunto de la empresa para alcanzar un liderazgo colectivo en ODS a todos los niveles y posicionar a la organización como una empresa líder de cara al exterior. Las declaraciones en medios de comunicación, la participación en eventos de ámbito local, nacional e internacional, las charlas internas con empleados y las reuniones con socios comerciales, inversores o accionistas son claves para ayudar a acelerar la transformación.

Un informe a más de 145 CEOs en todo el mundo concluye que comportarse de manera ética y preocuparse por las causas tanto fiscales como sociales impulsa casi un tercio (31,2%) la reputación de un CEO. El liderazgo del CEO supone otro 23,6% de su reputación²⁷. Además, en una encuesta a más de 1.000 CEOs en todo el mundo, el 87% ve a los ODS como una oportunidad esencial para repensar los enfoques de creación de valor sostenible.



La producción y consumo responsable, el respeto al medioambiente, la lucha contra la desigualdad y la responsabilidad social son conceptos determinantes para toda empresa que quiera ser competitiva. Ser sostenible es un requisito para ser exitoso en el futuro. Éste es el mejor aliciente para contribuir a la Agenda 2030».

Flemming Jahn,
CEO de The 42 Degrees Company

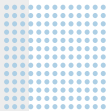


27. Reputation Institute, CEO Activism, 2018: https://ri.reputationinstitute.com/hubfs/RLN%20Amsterdam%202018/CEO%20Activism_3Oct2018_final.pdf



3. INTEGRA LOS ODS EN LA ESTRATEGIA CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN Y LOS EXPANDE

Integrar los ODS en el ADN de la empresa significa que estos formen parte de la cultura corporativa y que las personas que forman la organización los conozcan y se comprometan con ellos. Es alcanzar el liderazgo colectivo en toda la cadena de valor, y más a largo plazo que los ODS puedan formar parte de los objetivos financieros, estratégicos y operativos de la empresa. La guía *SDG Compass*²⁸ puede ayudar a las organizaciones, ya que establece 5 pasos que éstas han de seguir para integrar los ODS en su core business. La cultura empresarial ligada a los ODS se está extendiendo rápido a nivel global; un 77% de grandes empresas y un 58% de pymes de más de 1.950 encuestadas ya han elaborado o ajustado sus políticas para incorporar la visión de los ODS²⁹.



Cualquier empresa puede comenzar acciones que contribuyan favorablemente a la consecución de la Agenda 2030 pero lo que realmente supondrá una revolución en nuestro modelo económico y social es que las empresas los adoptemos como piedra angular de nuestra propia estrategia empresarial».

Clara Arpa,
CEO de ARPA Equipos Móviles de Campaña



Para ser una organización líder en ODS es esencial que toda la organización sea consciente y embajadora de los compromisos, no dejarlos «encerrados» en la función de RSC. Hoy, el compromiso y la ciudadanía corporativa puede ser palanca clave para la atención y retención de talento, de clientes, porque los stakeholders nos preguntan: ¿En qué creen? ¿Cuáles son sus valores?».

Asun Soriano,
CEO/Presidenta España Atrevia



Las empresas líderes, asimismo, han de ayudar a expandir el mensaje de los ODS hacia dentro y hacia fuera, a través de acciones de comunicación, sensibilización, formación y capacitación. Empleados, proveedores, accionistas, inversores, clientes y la sociedad en general han de ser los destinatarios. Es importante que todo el mundo conozca los ODS y aumentar el porcentaje de españoles que saben del marco, actualmente solo es del 13,1%³⁰.

28. **SDG Compass:** https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/06/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf

29. **50 United Nations Global Compact Progress Report, 2017:** https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_ConceptFINAL.pdf

30. **CIS. Barómetro de Febrero 2019:** http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3240_3259/3240/es3240mar.pdf



4. FIJA COMPROMISOS CUANTIFICABLES ALINEADOS CON LA AGENDA 2030

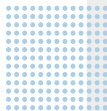
Las empresas líderes en sostenibilidad deben apostar por establecer compromisos cuantificables y con límites en el tiempo alineados con los ODS, para situarse en la acción de manera inequívoca. Esto demuestra un alto nivel de contribución a la Agenda, ya que la empresa se compromete a movilizar en un periodo de tiempo, recursos humanos y económicos para cumplir con medidas muy concretas. Los compromisos han de ser realistas, pero ambiciosos, con capacidad para desencadenar impactos reales y siempre ajustados a las características de cada empresa.

La definición de compromisos públicos y medibles por parte de las empresas puede además impulsar a los ODS como un factor de competitividad empresarial, favoreciendo la rivalidad entre empresas por contribuir a un mayor nivel e inspirando a otras a emularlas. Sin embargo, no basta con anunciar estos compromisos, la clave está en cumplirlos.



Para ser una organización líder en la Agenda 2030 se ha de tener una estrategia de sostenibilidad que sea clara, pero, sobre todo, congruente con su filosofía, el objetivo de su negocio y el contexto. Esa misma congruencia debe reflejarse en los objetivos que sean definidos por las empresas, mismos que deben contener acciones o proyectos cuantificables, con el propósito de que los resultados demuestren la contribución a los ODS».

Juan Osuna,
CEO de Aleática



Para ser una organización líder es importante establecer las metas de cada ODS donde como empresa podemos apostar con acciones o indicadores que nos sirvan para afianzar, mejorar y avanzar en dichas metas y tener un seguimiento continuado de la evolución. Un aspecto interesante es fijar no solo objetivos a 2020 si no realizar una visualización o proyección de estos avances hasta el 2030».

Felisa Palacio,
CEO Tarannà Viajes con Sentido



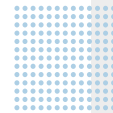
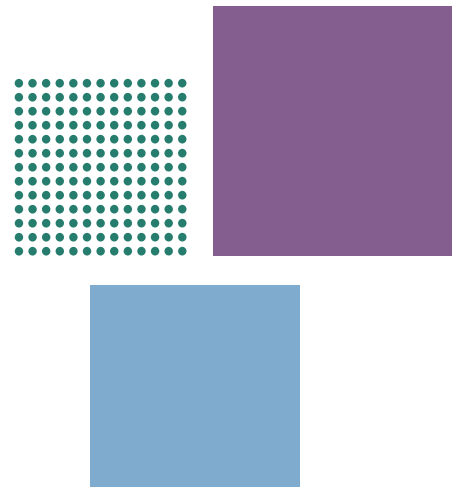
Actualmente hay más de 550 empresas en todo el mundo que ya han fijado compromisos públicos bajo criterios científicos en los que se comprometen a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en línea con la iniciativa *Science Based Targets Initiative*³¹. En esta publicación se recogen más de 160 compromisos cuantificables por parte de empresas españolas en los 17 ODS, un hito importante en materia de empresas y ODS a nivel nacional.

31. Science Based Targets Initiative: <https://sciencebasedtargets.org/>



5. INNOVA A TRAVÉS DE NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Innovar significa buscar nuevas soluciones a los retos económicos, sociales y ambientales. Las empresas líderes innovan en varias direcciones: apostando por estrategias económicas basadas en la sostenibilidad, como la economía circular, las energías renovables, el comercio justo o la igualdad de género; utilizando las tecnologías disruptivas (como el *big data* o el *blockchain*) como herramientas para generar valor compartido y desarrollando nuevos productos o servicios que puedan dar respuestas a los retos que plantean los ODS. Tendencias actuales como la moda o el turismo sostenible, la alimentación saludable o la reducción del uso de plásticos pueden inspirar a las empresas a fijar nuevas líneas de negocio. En el siguiente capítulo se enumeran diferentes oportunidades para los mercados y las empresas que pueden ayudar a las organizaciones a decidir dónde y cómo invertir.



Los ODS hacen un llamamiento explícito a todas las empresas para que apliquen su creatividad e innovación en la creación de productos y servicios que, además de rentables, permitan dar respuesta a los retos que plantea la Agenda 2030. Si bien es difícil que las empresas puedan participar en todos los ODS, es cierto que pueden impactar en muchos de ellos».

José Luis Curbelo,
Presidente/CEO de COFIDES



Por primera vez, gracias a la Agenda 2030, existe un lenguaje universal que todos hablamos y entendemos para trabajar desde nuestros respectivos sectores en los mismos objetivos y crear, entre todos, ese ecosistema que permita dar respuesta global a los retos. Dar esa respuesta exige el liderazgo y la movilización público-privada a través alianzas estratégicas que condicionarán la forma de relacionarse de nuestras empresas con el entorno. La creación y multiplicación de alianzas donde nadie se quede atrás constituyen, en sí mismo, un reto para todos. Las ventajas son muchas, pero también las dificultades de materializarlas».

Jesús Pascual,
CEO de Grupo Antolín



6. CREA ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON OTROS AGENTES

Las empresas líderes deben apostar por trazar alianzas estratégicas con otros actores que den solución a los retos de la Agenda 2030. Así lo creen el 85% de más de 1.000 CEOs encuestados a nivel mundial, que consideran a las alianzas multiactor como una herramienta clave para que las empresas puedan contribuir a los ODS³². Éstas pueden ser de diferente índole y llevarse a cabo con otros muchos actores: empresas del mismo sector o de diferentes sectores, administración pública, sociedad civil y tercer sector o la comunidad científica y académica. La publicación *ODS Año 3, Una alianza global para la Agenda 2030*³³ recopila 7 características clave que toda alianza multiactor ha de considerar en su configuración y ejecución.

Las alianzas con más capacidad de impacto son aquellas que pueden aportar soluciones integrales al desarrollo sostenible e incluso servir de palanca para impulsar transformaciones sistémicas en las normas sociales, los mercados o las políticas públicas. Existen síntomas de avances en esta dirección, la plataforma de Naciones Unidas *Partnerships for the SDGs* cuenta ya con más de 4.700 alianzas y compromisos registrados en todo el mundo³⁴.



32. Global Compact, Accenture. *Agenda 2030: a Window of Opportunity*, 2017.

33. Red Española del Pacto Mundial, *ODS Año 3, Una alianza global para la Agenda 2030, 2018*: <https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/12/ODS-a%C3%B1o-3.-Una-alianza-global-para-la-Agenda-2030.pdf>

34. *Partnership for the SDGs*: <https://sustainabledevelopment.un.org/partnerships/>



LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS MUESTRAN SU LIDERAZGO

Tras 4 años, muchas empresas españolas ya están comprometidas con la Agenda 2030, sin embargo, pasar de la teoría a la acción continúa siendo el principal reto para muchas de ellas. Pero ¿qué significa pasar a la acción? Tomar medidas con un impacto real e integrar la sostenibilidad en la cultura de la organización de arriba hacia abajo.

Las empresas españolas fijaron su posición respecto a los ODS en 2018, en el Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030³⁵, presentado por el Gobierno de España ante Naciones Unidas. En este documento reconocían la función fundamental de los líderes empresariales como palanca para potenciar la transformación del conjunto de la comunidad empresarial y se comprometían a valorar el establecimiento de compromisos públicos, cuantificables y con límite de tiempo. Dos puntos importantes para las empresas que aspiran a ser líderes en la contribución a los ODS.

Estos posicionamientos van cristalizándose en hechos. El objetivo de recoger en esta publicación entrevistas y declaraciones a algunos de los CEOs y presidentes corporativos más relevantes a nivel nacional y más de 160 compromisos cuantificables y con límites de tiempo de empresas españolas es ayudar a activar y acelerar estos posicionamientos.

Estas organizaciones están pasando a la acción, ayudando a acelerar las transformaciones que la Agenda 2030 requiere y marcando la tendencia a seguir al conjunto de empresas españolas. Todo parece indicar que 2019 marca un nuevo punto de salida, para activar de forma definitiva, el paso de la teoría a la acción.

35. **Red Española del Pacto Mundial, ODS Año 3, Una alianza global para la Agenda 2030, 2018:** <https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/12/ODS-a%C3%B1o-3.-Una-alianza-global-para-la-Agenda-2030.pdf>

ENTREVISTA



JOSÉ BOGAS GÁLVEZ

CEO de Endesa

«CONTRIBUIR A LOS ODS ABRE IMPORTANTES POSIBILIDADES DE NEGOCIO, OPTIMIZA LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES, MEJORA LAS CONDICIONES DE ACCESO AL CAPITAL Y LAS RELACIONES CON LOS INVERSORES, AUMENTA LA MOTIVACIÓN DE LOS EMPLEADOS Y EL ATRACTIVO DE LA EMPRESA PARA CAPTURAR TALENTO».

¿Qué atributos ha de tener un líder empresarial para impulsar los cambios necesarios que la Agenda 2030 requiere?

En mi opinión, un líder empresarial tiene que reunir varios requisitos esenciales si quiere impulsar los cambios que son necesarios para cumplir la Agenda 2030. El primero es tener visión a largo plazo. Yo diría, incluso, que a muy largo plazo. Debe poseer una visión estratégica que contemple un horizonte que parece aún lejano, porque se formula para una perspectiva temporal que excede los periodos habituales de la planificación empresarial, pero que en realidad no está tan lejos; y, sobre todo, que exige dar ya pasos reales y sustantivos para recorrer el camino con éxito. Además, esta visión de largo plazo es esencial para que las decisiones que se tomen a más corto plazo no entren en contradicción con las metas de mayor alcance temporal y las hagan viables.

Además, ese líder debe ser una persona creativa y resolutiva en la toma de decisiones. Esto es indispensable para proponer soluciones rápidas, innovadoras y valientes que vayan más del «business as usual» y faciliten la respuesta a los retos emergentes que surgen constantemente en nuestro acelerado y cambiante entorno. Asimismo, tiene que ser una persona abierta, para poder entender bien las expectativas y percepciones de la sociedad, y hacer que el negocio de su empresa esté realmente orientado a darles respuesta.

Ha de ser también una persona entusiasta y creíble, capaz de generar confianza y un ambiente colaborativo que haga posible transmitir eficazmente el mensaje la Agenda 2030 de «No dejar a nadie atrás». Esto es imprescindible para que el resto de los agentes implicados crean en ella, de modo que la perciban como una herramienta positiva para ellos y para el resto de la sociedad.

Y, por descontado, hace falta otro atributo que ha de ser común a todo auténtico líder empresarial: la honestidad, lo que implica asumir la responsabilidad de cumplir coherentemente los compromisos fijados para el cumplimiento de la Agenda 2030.

En su opinión ¿cuál cree que es la clave para integrar los ODS en el ADN de una compañía?

La clave para integrar los ODS en el ADN de una compañía es, sin duda, tenerlos perfectamente incorporados a su plan estratégico. Esta es la única manera de conseguir que los ODS formen parte esencial e indisoluble de las actuaciones de todas las líneas de negocio de la empresa desde su mismo diseño y de evitar que sean concebidos como algo meramente filantrópico o una «percha» de la que cuelgan diversas acciones con fines exclusivamente reputacionales.

En otras palabras, el análisis del contexto y la reflexión empresarial que conducen a la elaboración del Plan Estratégico de la compañía deben incorporar de forma sistemática y estructurada la consideración de los ODS para identificar las oportunidades y riesgos asociados, orientando el negocio de manera que se pueda optimizar el aprovechamiento de esas oportunidades y minimizar esos riesgos. Esto garantiza mejor la obtención de los resultados empresariales en el corto y largo plazo, y genera al mismo tiempo un impacto positivo en la sociedad.

Por supuesto, para ello es crucial que la dirección de la empresa esté concienciada y firmemente comprometida con los ODS; que mantenga un liderazgo claro en este sentido; que se apliquen mecanismos que supervisen y midan la aportación de la empresa a los ODS; y que, incluso, los esquemas retributivos de la compañía incorporen variables ligadas a su desempeño en relación con los ODS.

En Endesa, tratamos constantemente de ser coherente con estos criterios y, por consiguiente, de hacer que la sostenibilidad sea uno de los ejes vertebradores de nuestra estrategia empresarial. Hemos colaborado, desde el Global Compact Lead, en la propia definición de la Agenda de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, estamos firmemente comprometidos con ella y reconocemos la oportunidad histórica que suponen los ODS, así como la necesidad de

una profunda implicación del sector privado en la superación de los principales desafíos a los que la sociedad se enfrenta actualmente: desde la lucha contra el cambio climático, hasta la erradicación de la pobreza a través del progreso económico y social.

ENDESA es una compañía comprometida con el cambio climático y el Acuerdo de París ¿Cómo se consigue ser una empresa líder en la lucha contra el cambio climático? ¿Hay oportunidades de negocio en el clima?

Dado el sector en el que desarrollamos nuestras actividades y la relevancia que tiene el cambio climático para todos nuestros grupos de interés—los reguladores, los inversores, los clientes, los empleados y la sociedad en general—, la descarbonización es el principal reto que afrontamos en estos momentos.

Por eso, Endesa apuesta de forma clara y decidida por la gestión responsable de todos los asuntos relacionados con el cambio climático y quiere ser un agente clave en el desarrollo de la política nacional de transición energética. Prueba de ello es que una de las prioridades de nuestro Plan Estratégico 2019-2021 consiste en la descarbonización del mix energético a través de un ambicioso plan de reducción de emisiones de CO₂ hasta conseguir el objetivo de «emisiones cero» en el año 2050.

Para ello, y entre otras medidas, hemos incorporado al Plan objetivos muy ambiciosos en materia de energías renovables—con una inversión de 2.000 millones de euros en el periodo 2018-2021 destinada a incrementar en un 30% nuestra potencia en instalaciones renovables—, en optimización y digitalización de las redes eléctricas—con inversiones de 1.900 millones de euros en ese mismo periodo que, entre otras mejoras, facilitarán la integración de la nueva potencia renovable en el sistema eléctrico y el impulso a la movilidad eléctrica—y en el propio despliegue de infraestructuras para dar este gran y necesario impulso al vehículo eléctrico mediante la promoción de 41.000 puntos de recarga en emplazamientos públicos y privados hasta 2021.

Conviene no olvidar al respecto que uno de los fundamentos esenciales del proceso de transición ecológica es la creciente electrificación del consumo final de energía, sin la cual los objetivos de descarbonización serán simplemente inalcanzables. Este proceso de creciente electrificación afecta no solo a las tecnologías renovables, a las redes o a la movilidad eléctrica, sino también a los sistemas de almacenamiento eléctrico, al impulso de la digitalización en todos los ámbitos de actividad de la empresa, al desarrollo de las ciudades inteligentes en el marco del imparable proceso demográfico de urbanización y, sobre todo, a las nuevas relaciones que estamos desarrollando con nuestros clientes. Por ello, ofrece importantes oportunidades de negocio que Endesa está ya aprovechando.

Por cuarto año consecutivo, Larry Fink, CEO de BlackRock, la mayor gestora de fondos mundial, ha hecho un llamamiento a las empresas para que desarrollen estrategias que den beneficios y sean social y ambientalmente respetuosas. ¿Están los inversores y los accionistas exigiendo cada vez más criterios de sostenibilidad a las empresas?

La pregunta no puede tener más que una respuesta: sí. Tengo buena prueba de ello, porque en los «road shows» que llevo a cabo con analistas e inversores tras cada presentación de resultados trimestrales, uno de los temas a los que se dedica más tiempo en las reuniones es a la estrategia y actuaciones de Endesa en materia de transición ecológica y desarrollo sostenible.

Los inversores se han convertido en uno de los actores más relevantes en el impulso de los criterios de sostenibilidad en las empresas, pues los han ido incorporando progresivamente, y cada vez con más peso, en su valoración de cada compañía. Esto, que se venía apreciando ya hace algún tiempo, ha experimentado en los últimos años una verdadera eclosión, sin duda marcada por varios fenómenos muy relevantes, como son el Acuerdo de París de 2015, la definición de los ODS, el informe final de recomendaciones de la Task Force on Climate-related Finance (TCFD) de 2017 y la transposición de la Directiva comunitaria sobre información no financiera y de diversidad en los países de la Unión Europea.

Todo ello ha dado lugar a consecuencias muy diversas. Por ejemplo, varias iniciativas internacionales que agrupan a inversores han requerido a las empresas que den una mayor información sobre aspectos no financieros, otorgando a estos el mismo rasgo de relevancia que a la información financiera; los fondos de inversión socialmente responsable han crecido de forma exponencial; los fondos de inversión tradicional también han incorporado más sistemáticamente el análisis de aspectos no financieros a sus decisiones; ha aumentado el activismo accionarial ligado a aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo; han proliferado los índices de sostenibilidad; y, últimamente, está creciendo de manera significativa un área en la que Endesa es particularmente activa: la financiación sostenible, que liga mejores condiciones financieras al desempeño en aspectos de sostenibilidad.

Por último, ¿qué argumentos daría a los CEO de otras empresas para que se unan a la contribución de la Agenda 2030?

Les daría los mismos que ya comparto cuando mantengo conversaciones o reuniones con ellos. Básicamente, que los Objetivos de Desarrollo Sostenible que forman la Agenda 2030 son el principal reto empresarial de la próxima década y que suponen una gran oportunidad para nuestras compañías.

Contribuir a los ODS abre importantes posibilidades de negocio, optimiza las relaciones con los clientes, mejora las condiciones de acceso al capital y las relaciones con los inversores, aumenta la motivación de los empleados y el atractivo de la empresa para capturar talento... Además, pueden ayudar a que las empresas comprendan mejor los riesgos emergentes en materia de operación, regulación y reputación.

Mi percepción personal es que las empresas españolas son cada vez más conscientes del papel fundamental que debe jugar el sector privado en el cumplimiento de la Agenda 2030. Endesa, desde luego, está decidida a hacer una contribución sustancial a este objetivo y, por consiguiente, a ser un factor fundamental en el cumplimiento de la política española de transición ecológica.

ENTREVISTA



ISABEL PARDO DE VERA

Presidenta de Adif y de Adif Alta Velocidad

«EL IMPULSO INSTITUCIONAL Y POLÍTICO ES FUNDAMENTAL PARA QUE LAS EMPRESAS CONTRIBUYAN A LA AGENDA 2030. UN IMPULSO QUE DEBE PRODUCIRSE A ESCALA INTERNACIONAL, EUROPEA Y NACIONAL».

Adif es una empresa firmemente comprometida con la sostenibilidad ¿Cómo puede una empresa liderar el movimiento transformador que supone la Agenda 2030?

Desde mi punto de vista el camino para liderar la contribución empresarial a la Agenda 2030 pasa esencialmente por dos cuestiones. La primera es estar firmemente convencido de la necesidad. Parece simple, pero es un primer paso imprescindible que no siempre se da. Es decir, es básico que los máximos responsables de la organización, con su CEO a la cabeza, tengan el firme convencimiento de que es totalmente necesario dar respuesta, desde la propia empresa, a los desafíos recogidos en la Agenda. Esto implica entender que los ODS nos interpelan a todos, nos afectan a nuestro negocio, y que todos tenemos una parte de responsabilidad para que lleguen a alcanzarse.

El segundo ingrediente para un liderazgo real es el alineamiento integral y riguroso de la estrategia empresarial con la Agenda 2030. Es fundamental no quedarse en el discurso y pasar a la acción, identificando las áreas de contribución, marcando objetivos y metas, dotando de recursos y haciendo un seguimiento para mejorar de manera continua.

¿Creéis en Adif que existen oportunidades de negocio ligadas a la Agenda 2030 en alguno de los muchos ámbitos que abarca?

Adif y Adif Alta Velocidad, por la naturaleza de nuestra actividad, tienen una gran capacidad de contribución a muchos de los ODS de la Agenda 2030. Y desde luego esta contribución, especialmente en los ODS 9, 11 y 13, la entendemos como una gran oportunidad. El ferrocarril, y a ello están orientados todos nuestros productos y servicios, debe ser un actor fundamental para conseguir una sociedad donde las infraestructuras sostenibles y resilientes dinamicen el desarrollo económico; también para avanzar hacia un modelo de ciudad sostenible descarbonizada e inclusiva, así como para luchar contra el cambio climático transformando el paradigma de movilidad actual.

Por ello, nuestra apuesta por un modelo de infraestructuras sostenibles (económica, social y ambientalmente), es un activo estratégico

para contar con oportunidades de desarrollo de nuestra empresa, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

En Adif ya estáis contribuyendo a la Agenda 2030, pero ¿qué tipo de alicientes necesitan aquellas empresas españolas que no están trabajando el marco para unirse a la transformación?

El impulso institucional y político es fundamental. Un impulso que deber producirse a escala internacional, europea y nacional. Si nos centramos en el ámbito nacional, creo que es muy importante para las empresas españolas contar con un consenso social y político en torno a la necesidad de avanzar desde el firme compromiso de país en esta dirección.

También es un aliciente importante desarrollar, de forma colaborativa, plataformas para compartir conocimiento, casos de éxito y, sobre todo, para abrir oportunidades de negocio a las empresas en su proceso de internacionalización basándose en soluciones alineadas con la agenda 2030.

Por último, también sería muy positivo seguir avanzando en herramientas que permitan medir el retorno de la apuesta por la sostenibilidad de las empresas, ya que no hay mayor aliciente que comprobar que contribuir a la Agenda 2030 es la mejor forma de contar con una empresa exitosa y duradera en el tiempo.

Por último ¿cuáles son los principales retos que tenemos por delante para alcanzar los ODS en el año 2030?

El principal reto para alcanzar los ODS en 2030 es la determinación y la colaboración de los países y las empresas que lideran la economía mundial. Dejar de lado los intereses particulares y cortoplacistas no es fácil, pero hacerlo es la clave para que, entre todos, seamos capaces de no defraudar a las generaciones futuras, y no defraudarnos también a nosotros mismos por no haber estado a la altura de los retos que nos ha tocado vivir en este momento de la historia de la humanidad.

COMPROMISOS PARA TRANSFORMAR EL PLANETA: HORA DE PASAR A LA ACCIÓN

La Red Española del Pacto Mundial lanzó en abril de 2019 un reto a las empresas socias de la iniciativa. Este reto consistía en que hicieran públicos sus compromisos cuantificables y con límites de tiempo en ODS o se animaran a fijarlos en 2019. La respuesta ha sido muy positiva, consiguiéndose recopilar más de 160 compromisos cuantificables de más de 80 empresas españolas, que demuestran cómo han pasado a la acción en la Agenda 2030 de forma inequívoca. Establecer compromisos cuantificables es propio de empresas líderes en sostenibilidad y una tendencia que ha de extenderse entre el mayor número de empresas para acelerar el logro de los ODS.



163
compromisos

84
empresas

125
gran empresa

37
pyme



ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
1 FIN DE LA POBREZA	2018	Naturgy se compromete a través de su programa de voluntariado energético a que los empleados que lo deseen realicen un asesoramiento integral en materia de energía a familias atendidas por Cruz Roja y otras entidades. En 2018 a través de este programa se han atendido a más de 1.200 familias en situación de vulnerabilidad.
	2021	- Acciona se compromete a través de su fundación acciona.org a llevar acceso a servicios básicos como electricidad, agua, saneamiento o cocinas mejoradas a 135.000 beneficiarios con modelos de suministro sostenibles y asequibles hasta 2021. - Caixabank se compromete a conceder cerca de 2.200 millones de euros de volumen total acumulado de microcréditos a personas en riesgo de exclusión financiera en 2021.
	2025	- Banco Santander se compromete a empoderar a 10 millones de personas hasta 2025, a través de microcréditos, micro seguros, educación financiera y soluciones que faciliten el acceso a servicios financieros. - El Grupo Vodafone se compromete a mejorar la vida de 1.000 millones de personas para el año 2025, a través de iniciativas con el foco en las mujeres, los jóvenes y personas en riesgo de exclusión.
2 HAMBRE CERO	2018	Ebro Foods se compromete anualmente a donar alimentos a los bancos de alimentos de los países en que opera o a distintas organizaciones de carácter asistencial. El total de las donaciones de producto que se realizan de manera anual a los bancos de alimentos de España, Estados Unidos, Francia o Canadá, oscila entre €1,5 y €2 millones.
	2021	Severiano Servicio Móvil se compromete a colaborar con el Banco de Alimentos anualmente en el periodo 2017-2021.
	2030	Ebro Foods se compromete a que el 100% de sus materias primas agrícolas sean sostenibles en 2030.
3 SALUD Y BIENESTAR	2018	- Suministros Eléctricos Industriales Anton Teixidó se compromete a organizar de forma anual, un día lúdico-deportivo, en cada centro de su empresa, priorizando actividades beneficiosas para la sociedad o inclusivas. - DKV se compromete a impactar anualmente en más de 1 millón de personas promoviendo la prevención de la obesidad infantil en España, a través de la iniciativa DKVapptivate, que promueve una serie de acciones para la concienciación y la mejora de los hábitos saludables.
	2019	- Grupo VAPF se compromete a colaborar con la Asamblea de Cruz Roja Teulada para la compra de una nueva ambulancia medicalizada en 2018 y para su transformación en 2019. - Creartelia Comunicación se comprometió en 2018 a reservar parte de los beneficios de la organización para actuaciones alineadas con los ODS y en 2019 ha realizado una donación de 4.500 euros al proyecto «Atención Primaria en Salud para Huancavelica» en Perú, que desarrolla Medicus Mundi.
	2021	Marktel se compromete a desarrollar al menos una actividad deportiva anual desde el 2019 al 2021.

ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
	2021	■ Sigre se compromete a desarrollar 10 acciones de comunicación dirigidas a sus grupos de interés para luchar contra la resistencia a los antibióticos hasta 2021.
	2022	■ Grupo Antolin se compromete a la implantación progresiva del programa de Empresa Saludable en el 100% de las empresas de Grupo Antolin en 2022.
	2023	■ Menarini se compromete a alcanzar el 100% de las personas que trabajan en Menarini formadas en salud y estilos de vida saludable en 2023. ■ Esteve se compromete a implicar al 100% de los empleados en hábitos de vida saludable en 2030.
4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 	2018	■ TYPSA se compromete a dedicar anualmente alrededor de un 0,7%, de los beneficios a la Fundación TYPSA para la Cooperación, creada hace 11 años para promover la educación técnica en países en desarrollo.
	2019	■ LLYC se compromete en el periodo 2018-2019 a través de su programa Voces Futuras a formar a más de 60 jóvenes con bajos recursos en Madrid en técnicas de soft skills ligadas a la comunicación y a la oratoria, para dotarles de herramientas útiles para afrontar su futuro personal y profesional. ■ Comercial Godó se compromete a conseguir que a lo largo de 2019 la proporción de trabajadores que reciban algún tipo de formación en la empresa sea superior al 75%.
	2020	■ Agroamb se compromete a implementar un plan de comunicación de los ODS, que contendría 3 talleres prácticos con dinámicas sobre la Agenda 2030 dirigidos a los empleados y socios de Agroamb en el periodo 2018-2020. ■ Tarannà se compromete a realizar al menos 4 Cines de Conciencia durante 2019 y 2020, una propuesta social y cultural que vincula al equipo, clientes, proveedores, asociaciones y administración, en la proyección de un documental o película vinculada a valores, con un elevado contenido humanista, de la mano de Cines Girona. ■ Transfesa Logistics se compromete a través de La Escuela Ferroviaria de Transfesa Logistics a formar a 35 alumnos para obtener la licencia de maquinista, además de un certificado B1 de alemán y un compromiso de contrato indefinido en la matriz alemana en el periodo 2019/2020. ■ Técnicas Reunidas tiene el compromiso de llegar a superar los 1.000 empleados formados en ODS antes de 2020. ■ Grupo Entusiasmo se compromete a que en 2020 el 30% de sus empleados participen en el Proyecto Escuela de Paz, dirigido a la inclusión social de niños entre 6 y 18 años, a través de actividades de estudio, convivencia y ocio.
	2021	■ Severiano Servicio Móvil se compromete a acoger al menos a 10 alumnos en prácticas anualmente hasta 2021 y a formar al 100% de los trabajadores en los ODS hasta 2020.
	2018	■ Grupo Gesor está comprometido con mantener como mínimo un porcentaje de mujeres en la plantilla del 50% e implantar medidas de conciliación de la vida profesional, personal y familiar a todo el personal de la empresa.
	2019	■ OHL se ha comprometido a implementar formación en materia de igualdad. En el periodo 2018-2019 se ha realizado un curso de obligado cumplimiento en igualdad, que han realizado un 95% de la plantilla en la división de Servicios y un 74,3% del resto del Grupo. ■ PronoKal Group se compromete a aprobar un Plan de Igualdad en 2019, para garantizar una situación de igualdad de oportunidades para todas las empleadas y empleados en la que no existan obstáculos ni limitaciones al desarrollo profesional.
	2020	■ Repsol se compromete a superar el 31% de mujeres en puestos de liderazgo y a lograr que el número de consejeras represente el 30% de la totalidad de los miembros del Consejo de Administración en 2020. ■ Fluidra está trabajando con el fin de implementar totalmente una política de reelección de consejeros que promueva el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo.
5 IGUALDAD DE GÉNERO 		

ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
	2020	■ PRISA se compromete en el año 2020 a que el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del Consejo. ■ Acerinox se compromete a asumir una política conducente a que en 2020 al menos el 30% de los miembros del Consejo de Administración sean mujeres. ■ El Corte Inglés se compromete a que todos los nuevos puestos de responsabilidad que se hayan creado durante la vigencia del Plan de Igualdad (2014/2020) estarán representados en torno al 50% de mujeres y hombres. ■ Acerinox se compromete a asumir una política conducente a que en 2020 al menos el 30% de los miembros del Consejo de Administración sean mujeres.
	2021	■ Comercial Godó se compromete a conseguir que la proporción de mujeres en la plantilla sea superior al 20% en 2021. ■ Enagás se compromete a alcanzar en 2021 el 30% de mujeres en el Consejo de Administración (objetivo alcanzado en 2019), el 30% de mujeres en puestos directivos y el 35% de mujeres en plantilla (actualmente de un 27% y de un 28% respectivamente).
	2022	■ EMULSA se compromete a implantar un Plan de Igualdad en el periodo 2018-2022 y a continuar incrementando la presencia de mujeres en la plantilla de personal fijo hasta alcanzar progresivamente un mínimo del 42%. ■ Grupo Entusiasmo se compromete en 2020 a tener implementado un Plan de Igualdad, aun cuando normativamente no están obligados hasta el año 2022.
	2025	■ Menarini se compromete a alcanzar la igualdad salarial total entre hombres y mujeres en 2025. ■ Banco Santander se compromete a alcanzar un 30% de mujeres en puestos directivos en 2025.
	2030	■ Aena se ha comprometido a contar en 2030 con un 30% de mujeres en su Consejo de Administración. Al cierre de 2018, esta proporción se situaba en el 20%, cifra por encima de la media de las sociedades cotizadas españolas.
	2018	■ Ferrovial se compromete a realizar alrededor de 3 o 4 intervenciones anuales de su programa Infraestructuras Sociales, para mejorar y ampliar la cobertura y acceso al agua y el saneamiento básico en comunidades vulnerables de África y América Latina. Ya se han realizado 25 proyectos desde 2008 que suponen casi 5,5 millones y medio de euros invertidos.
	2019	■ ABC Leather se compromete en 2019 a que el consumo de agua para la fabricación de productos esté por debajo de 0,1 metro cúbico por tonelada.
	2020	■ Canal de Isabel II cuenta con el compromiso de extender su tarifa social del agua de 235.000 personas beneficiarias en 2018 a 255.000 en 2019 y 305.000 en 2020. ■ EINSA Print se ha comprometido a reducir un 3% el ratio de consumo de agua en el periodo 2019/2020; para ello, se modificará la entrada a las torres de refrigeración para mejorar la calidad y así reducir el consumo. También se colocarán contadores para detectar posibles fugas.
	2021	■ Suez España se compromete a reducir el equivalente al 20% del consumo de agua por habitante mediante soluciones dirigidas a la eficiencia en el servicio y la reutilización de agua en el periodo 2017-2021.
	2018	■ Grupo VAPF se compromete a no realizar proyectos cuya calificación energética sea menor que B, intentando, siempre que el diseño arquitectónico lo permita, llegar a una calificación energética de A, lo que se traduce en un ahorro energético del 55% respecto a la media. ■ Grupo Gesor se compromete a una reducción del 2% del consumo de energía eléctrica cada año y a exigir como requisito para la compra de equipos informáticos, que estos tengan una calificación energética superior a A++. ■ ENDESA se compromete a dar acceso a la electricidad a todos los clientes vulnerables ajustando los convenios con la administración pública a la nueva normativa sobre Bono Social para garantizar el suministro eléctrico a clientes de baja renta.



ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
	2019	■ ENGIE se comprometió a alcanzar en 2018 el 100% de cumplimiento en las redes de frío y calor que ENGIE tiene en España, consiguiendo dicho objetivo.
		■ CESCE se comprometió en 2017 a obtener el 100% de energía suministrada de fuentes renovables a través de empresas comercializadoras que lo certifiquen, consiguiendo dicho objetivo, además en 2019 se han comprometido a instalar paneles fotovoltaicos en la cubierta de la sede corporativa.
		■ Disproin se compromete a reducir el consumo de energía eléctrica un 5% en 2019.
		■ EMULSA se compromete en 2019 a la puesta en funcionamiento del sistema domótico y de los accionamientos del edificio de oficinas, para conseguir ahorros de 49.860 kWh/año y un ahorro de emisiones de 10,95 Kg CO₂/año.
		■ Meliá Hotels International se ha comprometido en 2019 a implantar un proyecto de ahorro y eficiencia energética, bajo el nombre de CO2PERATE en 110 hoteles, cuya inversión ascenderá a más de 4.490.000 euros.
	2020	■ Fluidra asegura el suministro eléctrico de fuentes 100% renovables hasta finales de 2020 en los 57 puntos de consumo actuales en España.
		■ EINSA Print se ha comprometido a reducir un 3% el ratio de consumo eléctrico en el periodo 2019/2020: para ello, se va a estudiar la colocación de paneles solares en el tejado de la nave para generar energía solar fotovoltaica para autoconsumo.
		■ Bankia se compromete a optimizar el consumo energético hasta alcanzar una reducción de un 19% en 2019 y a utilizar el 100% de energía eléctrica verde en el periodo 2017-2020.
		■ TIRME se compromete en el periodo 2018-2020 a la reducción del 2% de la ratio de consumo de energía y a la instalación de al menos 100 kW nuevos de potencia de generación de autoconsumo de fuente de energía renovable diferentes al biogás o residuos urbanos.
		■ Santalucía se compromete entre abril de 2019 y marzo de 2020, a que el 100% de la energía eléctrica que se consuma será energía verde generada a partir de fuentes de renovables y de cogeneración de alta eficiencia
	2021	■ Enagás se compromete a incluir como objetivo vinculado a la retribución variable de sus profesionales un objetivo de inversión asociada al incremento de la presencia de los gases renovables en el mix energético en el periodo 2019 – 2021 y a continuar impulsando el gas natural licuado como combustible alternativo.
		■ Grupo Ilunion se compromete a aprobar e implantar un Plan de Eficiencia Energética en Ilunion Lavanderías e Ilunion Hotels para 2021.
	2022	■ Iberdrola se compromete a aumentar sustancialmente el porcentaje de energía renovable en el mix energético. Se invertirán 13.300 millones de euros en energías renovables en el período 2018 - 2022, llegando a una capacidad instalada renovable de 38,4 GW en 2022.
	2030	■ Aena se compromete a incrementar el porcentaje de compra de energía eléctrica procedente de fuentes renovables al 60% para el año 2020 y al 80% para el año 2030.
		■ EDP se compromete a través de su agenda, denominada Ambición 2030 a alcanzar el 85% de potencia instalada renovable, el 90% de la producción del Grupo renovable y la instalación de 3GW de potencia solar centralizada en 2030.
		■ Iberdrola se ha comprometido a través de su programa Electricidad para todos a que más de 5,4 millones de personas se beneficien del acceso a la electricidad en países de Latinoamérica y África. Tras lograr esta cifra de beneficiarios en 2018, la compañía se ha comprometido a alcanzar los 16 millones para 2030.
8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	2018	■ Lacera tiene el compromiso de contratar al 40% de los alumnos de colectivos desfavorecidos a los que imparte formación de forma anual.
	2019	■ TYPSA se ha comprometido en 2019 a conseguir la certificación OHSAS 18001 en todos los centros de trabajo de España, Perú, Chile, México, Australia, Reino Unido, Suecia y Arabia Saudí. En el 2019 los objetivos son del 92% para España y del 82% para el resto.
		■ ABC Leather se compromete en 2019 a conseguir que la proporción de contratos indefinidos a jornada completa sea superior al 85%.

ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	2020	■ El Grupo ACS está fuertemente comprometido con la seguridad y salud laboral de sus actividades, y tienen como objetivo en 2020 que el 100% de sus empleados hayan recibido formación en esta materia durante su carrera profesional. ■ Transfesa Logistics se compromete a formar a 35 maquinistas de forma gratuita para que consigan tener un empleo de calidad en su matriz Alemana Deutsche Bahn en 2019/2020.
	2021	■ Atrevia se compromete a contratar un 5% de jóvenes por debajo de 30 años anualmente hasta 2021. ■ Ingennus Urban Consulting se compromete a un 5% de contratación joven, a tener más del 75% de contratos indefinidos y al 100% de personal formado en PRL en 2021. ■ Comercial Godó se compromete a conseguir que la proporción de contratos indefinidos a jornada completa sea superior al 90% en 2021.
	2030	■ Managing A Sustainable Business se compromete a que el 100% de la plantilla se beneficie de la aplicación de un modelo de gestión de la conciliación con el distintivo EFR, como mínimo hasta 2030.
	2019	■ EMULSA se compromete a desarrollar en 2019 una aplicación para los teléfonos móviles que evite la cumplimentación de los partes en papel. Con esta medida se estima una reducción en el consumo de papel del 15% en 3 años y un ahorro de emisiones de 217 kg CO₂ en 3 años.
	2020	■ FCC Construcción se compromete a desarrollar un proyecto de I+D+i de Gestión del Conocimiento para 2020, para que los proyectos sean más eficientes y se consolide el conocimiento adquirido en la organización. ■ BBVA se ha comprometido a apoyar a 500 emprendedores sociales hasta 2020 a través del Momentum Project en Colombia, Estados Unidos, México y Turquía.
	2021	■ Ingennus Urban Consulting se compromete a destinar el 1% de cifra de negocio en I+D a productos ligados a los ODS en 2021. ■ ENDESA se compromete a invertir aprox. 1.300 M € para liderar el futuro energético a través de la digitalización y e-solutions entre 2018 y 2021, para ello se prevé llegar a 12,2 mn telecontadores, 24.500 telemandos, 4,4 M clientes digitales y 3,3k puntos de recarga públicos de e-mobility. ■ Isdefe se compromete a que las ideas ganadoras del Programa de Captación de Ideas de I+D+i, donde se premian y ponen en marcha ideas de empleados, estén alineadas con al menos un Objetivo de Desarrollo Sostenible en 2021.
	2023	■ Barcelona de Serveis Municipals se compromete en el periodo 2018-2023 a una transformación digital en la organización para desarrollar nuevos servicios de aportación de valor a la ciudad y a la ciudadanía, entre las acciones se plantean la electromovilidad o una plataforma de formación.
	2025	■ El Grupo Vodafone conectará 1.000 millones de personas y cosas a Internet para el año 2025.
	2018	■ Fuerte Group se compromete a través de la campaña «Euro-responsable» a sugerir a cada cliente en el checkout de los hoteles, la adición de 1 euro a su factura para ser donado al programa PIVESPORT de integración social para niños desfavorecidos a través del deporte.
	2020	■ Grupo Entusiasmo se compromete en 2020 a incrementar la colaboración con entidades facilitadoras del empleo a personas con discapacidad, acogiendo a un mínimo de 2 alumnos para la realización de las prácticas.
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	2021	■ Grupo Ilunion se compromete a crear 3.000 empleos para personas con discapacidad para 2021. ■ Mapfre se compromete a contar para el año 2021 con un 3% de empleados con discapacidad, un reto que incrementará la cifra de empleados con discapacidad que trabajan en todos los países en los que MAPFRE está presente.
	2022	■ Daorje se ha comprometido en el 2022 a que el 5% de la plantilla del grupo sean personas con discapacidad.

ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	2022	■ Suministros Eléctricos Industriales Anton Teixidó se ha comprometido a cambiar la flota de automóviles de la organización, por vehículos híbridos o eléctricos, para poder llegar al 90% de vehículos de este tipo en 2022. ■ Mahou San Miguel se compromete a alcanzar una flota propia 100% sostenible en 2022 en el mercado nacional, y apoyar a sus distribuidores para que incorporen progresivamente vehículos sostenibles.
	2030	■ EDP se compromete a través de su agenda, denominada Ambición 2030 a la instalación de 100.000 puntos de recarga de vehículo eléctrico y a alcanzar el 100% de flota ligera de EDP eléctrica.
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 	2018	■ Kutxabank tiene el compromiso de lograr que el 100% de los proveedores estén adheridos a iniciativas internacionales de apoyo a la RSE y los Diez Principios del Pacto Mundial. ■ TAISI se compromete a generar alrededor de 70 toneladas de compost anuales, procedentes del residuo orgánico generado en sus instalaciones, habiendo conseguido ya que el 95% de sus residuos no acaben en el vertedero. ■ Grupo Gesor se compromete a obtener una reducción del 2% del consumo de papel de forma anual con respecto al año anterior, el objetivo final es avanzar para convertirse en una compañía paperless. ■ Ángel Camacho Alimentación se comprometió en el periodo 2010 – 2018 a reducir el peso del material auxiliar de envases y embalajes utilizado para el suministro de aceitunas a Tesco, consiguiendo una reducción de 583 kg de papel; 6.458 kg en cartón; y 4.037 kg en plástico.
	2019	■ Disproin se compromete a reducir el consumo de papel un 5% en 2019. ■ El Comité Olímpico Español (COE) se ha comprometido a utilizar 100% contenedores de reciclaje para todo tipo de residuos en 2019. ■ Iberia se ha comprometido a través del proyecto LIFE + Zero Cabin Waste a la reducción y la recuperación del 80% de los residuos que se generan en las cabinas de sus vuelos. Este proyecto que empezó a desarrollarse en 2016, ya está implementado en todos los aviones de la compañía.
	2020	■ Calidad Pascual se compromete a reducir un 20% el consumo de agua y electricidad, a alcanzar el 100% de utilización de PET reciclado en envases y a cero residuo a vertedero en el periodo 2015-2020. ■ TIRME se compromete en el periodo 2018-2020 a constituir una oficina de Economía Circular y Desarrollo Sostenible. ■ EINSA Print se ha comprometido a reducir un 20% el ratio de generación de aerosoles usados y un 5% el ratio de generación de revelador y el de goma en el periodo 2019/2020. ■ Grupo Antolin se compromete a evaluar en sostenibilidad al 75% de sus proveedores de material directo para el año 2020. ■ Bankia se compromete a reducir un 5% la generación de residuos y el consumo de tóner, papel y agua en el periodo 2017-2020. ■ Inditex se compromete a contar con el 100% de tiendas ecoeficientes en 2020. Al cierre de 2018, un 85,6% del total ya eran tiendas propias ecoeficientes (5.494 tiendas). Las medidas del Manual de Tienda Ecoeficiente permiten reducir el consumo eléctrico en un 20% y el consumo de agua en un 40% frente a una tienda convencional.
	2021	■ Mercadona tiene el compromiso de que todos sus proveedores apliquen normas de bienestar animal durante toda la vida del animal e implanten estándares certificables en esta materia en el horizonte de 2021. ■ Severiano Servicio Móvil se compromete a reducir un 20% el uso total de papel en las oficinas centrales en 2018-2021, a aumentar hasta el 50% el uso de papel reciclado en las oficinas centrales hasta 2021 y a establecer un canal de comunicación con proveedores y subcontratistas en materia de RSE en 2020. ■ Caixabank se compromete a aumentar en un 70% las contrataciones con criterios ambientales sobre el total de contrataciones con impacto ambiental significativo en 2021.
	2022	■ El Corte Inglés se compromete a obtener la certificación de Residuo CERO para el conjunto de Centros y Plataformas Logísticas de la organización en cuatro años, finalizando en 2022. Actualmente ya están certificados los 4 Centros Comerciales y las 2 Plataformas de Galicia.

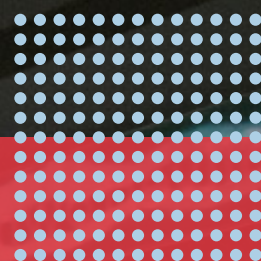
ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
	2022	■ MANGO se compromete a que en 2022 el 50% de su algodón sea algodón sostenible. Esto incluye algodón orgánico, algodón reciclado y algodón Better Cotton Initiative. En 2018 MANGO se unió a «Better Cotton Initiative» para reforzar su compromiso con el uso de algodón de origen sostenible.
	2025	■ Grupo Calvo se compromete a través del proyecto Calvo Residuo Cero a que el 100% de los residuos generados en todas sus fábricas y oficinas sean valorizados en 2025, evitando así que vayan a vertedero. El porcentaje global de residuo valorizado de Grupo Calvo está ya en torno a un 74%.
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	2018	■ Agroamb se comprometió en 2018 a la cuantificación y verificación del cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero y su inscripción en el registro de Huella de Carbono del Ministerio para la Transición Ecológica.
	2019	■ Futureco Bioscience se han comprometido a reducir en un 3% las emisiones de gases de efecto invernadero entre 2018 y 2019 a través de la revisión anual del sistema de climatización para optimizar su uso o la instalación de sensores de movimiento para encendido y apagado automático.
	2020	■ Correos se compromete a reducir las emisiones totales de CO₂ en los alcances 1, 2 y 3 un 15% en 2020 respecto a las de 2013.
		■ Intecsa-Inarsa se ha comprometido a reducir las emisiones de la huella de carbono en 5% respecto al valor obtenido en 2014, en el período comprendido entre enero de 2015 y enero de 2020.
		■ Calidad Pascual se compromete a reducir un 20% las emisiones de CO₂ en el periodo 2015-2020.
		■ FCC Construcción se compromete a incluir el 100% de países en los que opera en el informe de gases de efecto invernadero verificado por un tercero independiente, para el año 2020.
		■ El Corte Inglés se compromete a reducir, al menos, el 50% de emisiones de gases de efecto invernadero antes de 2020, a partir de la compra masiva de energía eléctrica con garantía de origen. Asimismo, se pretenden compensar emisiones en eventos, y, contar al menos con un Centro Comercial Neutro en Carbono.
		■ Grupo Tragsa se compromete a reducir las emisiones de CO₂ en términos de objetivos absolutos para 2020 un 11,24% respecto a 2017 y para 2030 un 20,59% respecto a 2017.
	2021	■ Suez España se compromete a reducir el 90% de las emisiones de CO₂ derivadas de su consumo eléctrico, antes de 2021.
		■ Enagás tiene como objetivo alcanzar una reducción media del 5% de las emisiones de CO₂ en el periodo 2019-2021 frente a 2018.
		■ Caixabank se compromete a mantener la neutralidad en carbono alcanzada en 2018 y reducir las emisiones de CO₂ respecto 2015 en un 14,5% adicional en 2021.
	2025	■ Repsol cuenta con el objetivo de reducir 2,1 Mt de emisiones de CO₂ eq al final del periodo 2014-2020 y a reducir el flaring rutinario en un 50% en 2025 respecto a 2018 y el 25% de las emisiones de metano en 2025 respecto al año 2017 en el negocio de Exploración y Producción (operado).
	2030	■ Aena se compromete a reducir las emisiones un 30%/ATU (unidad de tráfico aéreo) para el año 2020 y un 40%/ATU para 2025 y al objetivo de «neutralidad en carbono» en los aeropuertos Adolfo Suarez Madrid-Barajas y Barcelona-El Prat para 2030.
		■ Mapfre se compromete con el horizonte 2030, a alcanzar la neutralidad en CO₂ eq en todas las entidades ubicadas en los países donde opera, además las operaciones en España y Portugal serán neutras en carbono en 2021.
		■ EDP se compromete a través de su agenda, denominada Ambición 2030 a la reducción de un 90% de las emisiones específicas de CO₂ eq en 2030.
		■ Acciona se compromete a reducir un 16% las emisiones propias y de su cadena de suministro en el periodo de 2017 a 2030.
		■ Ferrovial se ha comprometido reducir las emisiones scope 1&2 en términos absolutos un 32% y en términos de intensidad un 42,9% en 2030 con respecto a 2009, año base. Asimismo, se compromete a reducir las emisiones scope 3 (indirectas, excluyendo bienes de capital, bienes adquiridos y servicios) un 20% hasta 2030, tomando como referencia el año 2012.

ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
14 VIDA SUBMARINA 		■ BBVA se compromete a mitigar los riesgos ambientales y sociales y minimizar así los impactos directos e indirectos potencialmente negativos con el uso de 70% de energía renovable en el 2025 y el 100% en el 2030 y una reducción del 68% de emisiones directas de CO₂. ■ Elecnor se compromete a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 25% para el año 2030 (respecto a 2014) y a asegurar la resistencia del negocio ante el cambio climático y lograr situarse como empresa líder del sector gracias a las oportunidades derivadas del cambio climático.
	2035	■ Meliá Hotels International se ha comprometido a reducir sus emisiones de CO₂ en un 50% en 2035.
	2050	■ ENDESA se compromete a alcanzar el 100% descarbonización del mix energético en 2050, estableciendo objetivos ambiciosos a 2020 y 2030, que implican el progresivo cierre de centrales térmicas, como la de Compostilla y Teruel en junio de 2020 y la fuerte inversión en el desarrollo de renovables, hasta 2,000 MW de crecimiento en el periodo 2019-2021. ■ Bankia se compromete a alcanzar la neutralidad de emisiones de CO₂ en 2050, con el objetivo de reducir un 20% la huella de carbono en el periodo 2017-2020. ■ Iberdrola se compromete a reducir su intensidad de emisiones de CO₂ por debajo de los 150 gramos por kWh en 2030, cifra que sería un 50% inferior a las emisiones específicas de la compañía en 2007. Además, Iberdrola tiene también el objetivo de ser neutra en carbono en 2050.
	2018	■ Grupo Calvo se comprometió en 2018 a través del proyecto Calvo Residuo Cero a eliminar en las oficinas de Madrid y Galicia todas las botellas de plástico de un solo uso sustituyéndolas por una alternativa reutilizable. Se estima que se evitará el consumo de 13.000 botellas de plástico al año. ■ El Comité Olímpico Español (COE) se ha comprometido a la reducción del 100% del uso interno de botellas de plástico en 2018.
	2019	■ Grupo Conservas Garavilla se comprometió en 2017 a obtener la certificación «Atún de Pesca Responsable- AENOR Conform», consiguiéndolo en 2019. La certificación avala la trazabilidad integral en materia de sostenibilidad. Los productos certificados se comercializarán bajo la marca Isabel, con el sello «Atún de Pesca Responsable - AENOR conform». ■ Menarini se compromete en 2019 a eliminar el uso de botellas de plásticos de manera permanente: eliminando las botellas de las máquinas de vending y sustituyendo las botellas de plástico del comedor por envases de cristal y los vasos de plástico por vasos de papel. ■ Santalucía se ha comprometido en 2019 a la reducción del consumo de plásticos de un solo uso. Para ello han sustituido los vasos de plástico ubicados en las fuentes de agua por alternativas de papel desechable en gran parte de sus empresas y agencias y han sustituido los bidones de agua por fuentes de agua filtrada en la sede central de Santalucía.
	2020	■ TIRME se compromete en el periodo 2018-2020 a la sustitución en la empresa de los plásticos de un solo uso (vasos de plástico, envoltorios, entre otros) por otros de carácter más sostenibles con el medioambiente.
	2021	■ Balearia Eurolineas Marítimas se compromete entre 2019 y 2021 a la construcción de 3 nuevos buques y la remotorización de otros 6 propulsados con gas natural licuado, un combustible marino que permite la reducción del 25% de emisiones de gases de efecto invernadero en comparación con los combustibles marinos convencionales.
	2018	■ Lacera se compromete a mantener al 100% de la plantilla formada en el respeto al medioambiente.
	2019	■ ABC Leather se compromete a conseguir que el porcentaje de compras a proveedores con un Sistema de Gestión Ambiental certificado se mantenga en un valor superior al 75% durante 2019.
	2020	■ El Comité Olímpico Español (COE) se ha comprometido a colaborar para obtener la certificación de evento sostenible en sus eventos bajo la dirección de la FEMP en 2020.
15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	2021	■ Atrevia se compromete a incrementar un 30% la participación de los empleados en proyectos medioambientales en 2021.
	2023	■ Barcelona de Serveis Municipals se compromete a trabajar para implantar en la compañía un sistema de gestión ambiental, ISO 14001 en 2023, empezando la calendarización de acciones y midiendo los indicadores en 2019.

ODS	AÑO	COMPROMISOS EMPRESAS
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	2025	■ BBVA se compromete a movilizar 100.000 millones de euros en financiación verde, infraestructuras sostenibles y agribusiness, emprendimiento e inclusión financiera hasta 2025. ■ El Grupo Vodafone disminuirá a la mitad su impacto en el medioambiente para el año 2025.
	2018	■ Suministros Eléctricos Industriales Anton Teixidó se compromete a formar al 100% de su plantilla en anticorrupción, sin importar el cargo o el riesgo de actividad en la compañía.
	2019	■ Uría Menéndez se compromete a través del programa Escuela Solidaria de Derecho a formar en conocimientos de convivencia, integración y la resolución de conflictos de forma no violenta a más de 2.000 alumnos en 31 centros en 2019.
	2020	■ Severiano Servicio Móvil se compromete a implantar los Principios Rectores Empresa y Derechos Humanos en la empresa en 2019 y a formar al 100% de empleados en derechos humanos en 2020. ■ Grupo Ilunion se compromete a aprobar una política de derechos humanos y desarrollar un sistema de análisis y detección de riesgos en materia de derechos humanos y un Código Ético de proveedores para 2020. ■ ENGIE se compromete a alcanzar el 100% de las actividades industriales cubiertas por un mecanismo adecuado de diálogo y consulta con los grupos de interés en 2020. ■ Elecnor se compromete a que el 100% del personal de estructura de España (cerca de 3.000 personas) esté formado en materia de cumplimiento en 2020, para tener los más altos estándares éticos.
17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	2018	■ CESCE se compromete a dedicar el 0,7% de los beneficios netos a actividades de responsabilidad social corporativa. ■ EMASESA se comprometió en 2017 a la puesta en marcha del Observatorio del Agua EMASESA, un órgano asesor y de diálogo abierto con toda la sociedad para impulsar una gestión pública del agua más participativa, colaborativa, corresponsable, legitimada y transparente. ■ Grupo VAPF se comprometió en 2018 junto con la Fundación Vicente Ferrer a la construcción de una colonia de 23 viviendas de 45 m² en, en la aldea de UNDABANDA, en la India, para las personas de las comunidades más desfavorecidas, registradas a nombre de la mujer para así empoderar su papel en la sociedad. Las viviendas se están construyendo en 2019.
	2019	■ TYPSA se compromete en alianza con la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) y una empresa privada a mejorar las prestaciones de la Universidad «Lac Albert» (UNILAC) en la República Democrática del Congo, apoyando la docencia de las facultades de Ingeniería Civil y Agronomía y ofreciendo becas del 50% del precio de la matrícula a los estudiantes en el curso 2018-2019. ■ Bankia se compromete a desarrollar una aplicación de voluntariado corporativo y a incrementar un 5% el número de voluntarios activos y un 15% el número de jornadas de voluntariado corporativo en 2019. ■ Uría Menéndez en alianza con el Museo del Prado e Instituciones Penitenciarias, se comprometió a poner en marcha el programa #LasHilanderas para hacer accesible el arte a personas privadas de libertad y contribuir a su reinserción social. En 2019 participaron 22 internas del Centro Penitenciario Madrid I Mujeres (Alcalá de Henares).
	2020	■ Meliá Hotels International se compromete al soporte económico de proyectos a favor de la infancia junto a UNICEF, con el objetivo de captar 1,2 millones de euros durante el período 2016-2020. ■ Agroamb se compromete a impartir 10 charlas/conferencias para difundir el Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el periodo 2018-2020 y a crear alianzas con las universidades gallegas y otros agentes impulsores de la sostenibilidad.
	2022	■ SanLucar Fruit se compromete a realizar como mínimo 3 almuerzos solidarios relacionados con un ODS, donde se recaudan ganancias destinadas al programa DREAMS, de ayuda a proyectos locales para la mejora de las familias y comunidades. Además, la organización se compromete a aportar como mínimo a 2 ODS por año hasta 2022.
	2025	■ Atrevia se compromete a implementar un modelo de co-creación que involucre alx 100% de los empleados en la revisión de la estrategia de responsabilidad social corporativa de la compañía en clave de ODS, en la que se definan acciones específicas que se implementarán hasta 2025.

3

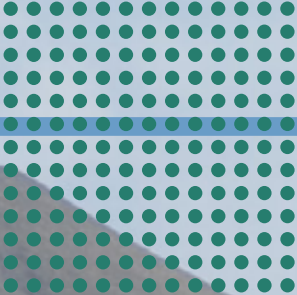




LOS ODS COMO OPORTUNIDAD ECONÓMICA

- Oportunidades para la economía
 - Oportunidades para la empresa
-





OPORTUNIDADES PARA LA ECONOMÍA

La Agenda 2030 busca una economía sostenida, inclusiva y sostenible, esto quiere decir, en crecimiento, sin dejar a nadie atrás y que garantice el respeto ambiental y el uso racional de los recursos naturales. Pero ¿cómo podemos acelerar una sostenibilidad integral en la economía actual?

Una buena forma de hacerlo es transmitiendo a los mercados y a las empresas el crecimiento que puede traer la sostenibilidad a la economía global y a las economías locales. Tal y como afirma Lise Kingo, Directora Ejecutiva del Pacto Mundial, «los ODS no sólo identifican dónde tenemos que estar en 2030 para crear un mundo sostenible que no deje a nadie atrás, sino que también trazan nuevas oportunidades para las empresas de todo el mundo».

El informe *Better Business, Better World*, elaborado por la Comisión de Comercio y Desarrollo Sostenible ya identificó en 2017 que lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible podía generar al menos 12 billones de dólares en oportunidades hasta 2030 y potencialmente el doble o el triple, además de 380 millones de empleos globales. La única condición para ello es invertir en 60 oportunidades concretas en 4 sectores (alimentos y agricultura, ciudades, energía, y salud y bienestar)³⁶. En este capítulo se exponen argumentos adicionales sólidos para que los actores económicos se sumen a la construcción de una economía más sostenible.

36. **Business and Sustainable Development Commission. Better business, better world, 2017:** https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.3/better-business-better-world.pdf



Existen, entre otras muchas, 4 áreas de gran potencial para el crecimiento sostenible de la economía, tanto a nivel global como local: la igualdad de género, la economía circular, la lucha contra el cambio climático y la mitigación de la corrupción. La acción en estas áreas puede desbloquear millones de beneficios para el Producto Interior Bruto (PIB) global y la creación de millones de nuevos empleos, al mismo tiempo que se contribuye a alcanzar las metas de la Agenda 2030. Una economía donde la igualdad sea una realidad, que sea verde y circular y donde no exista la lacra de la corrupción es una economía más sostenible, pero también más próspera.

4 áreas de gran potencial para la economía



IGUALDAD DE GÉNERO: LIDERAR COMO OPORTUNIDAD

Vivimos un resurgir de las corrientes que buscan impulsar la igualdad entre hombres y mujeres en todo el mundo. Movimientos como el de #MeToo en 2017, que denunciaba la violencia sexual contra las mujeres en el mundo del cine, han vuelto a poner el foco en esta cuestión los últimos años. La igualdad de género es también desde 2015, uno de los objetivos globales a alcanzar, los ODS llaman a través de su Objetivo 5 a lograr la equidad plena y efectiva entre hombres y mujeres en el ámbito político, económico y público en el año 2030.

Sin embargo, según el Foro Económico Mundial, si se mantiene el ritmo actual, la igualdad de género en el ámbito laboral tardará al menos 202 años en alcanzarse y 107 años en el ámbito político. El primer país en los rankings de igualdad lo ocupa Islandia, que ha conseguido cerrar el 85% de la brecha de género, en el caso de España se sitúa en el puesto 21, con un 74% de la brecha cerrada³⁷. En la misma línea, el *Equal Measures 2030* afirma que ningún país del mundo alcanzará la igualdad de género en el año 2030, acorde al reto que plantean los ODS³⁸.

Los pronósticos no son positivos, pero todo indica que la tendencia aún puede revertirse si se impulsan cambios. Los argumentos son buenos, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con solo reducir la brecha de género un 25% en 2025 se incrementaría el Producto Interior Bruto (PIB) global en un 3,9% con una ganancia de 5,8 billones de dólares³⁹. Y en un escenario de «pleno potencial» donde los hombres y mujeres participaran por igual en el mercado laboral, se podrían aportar hasta 28 billones de dólares al PIB global en 2025, según datos del McKinsey Global Institute⁴⁰.

Pero no solo existen importantes oportunidades de futuro, sino que existen también pérdidas. El Fondo Monetario Internacional estima

SI SE MANTIENE EL RITMO ACTUAL, LA IGUALDAD DE GÉNERO TARDARÁ AL MENOS 202 AÑOS EN ALCANZARSE EN EL ÁMBITO LABORAL Y 107 AÑOS EN EL ÁMBITO POLÍTICO

que las pérdidas económicas por la falta de poder económico de las mujeres van desde el 10% en las economías avanzadas al 30% en los países en desarrollo⁴¹. Y el Banco Mundial evalúa que los países están perdiendo 160 billones de dólares en riqueza debido a las diferencias de ingresos entre hombres y mujeres⁴² y entre 15 y 30 billones de dólares por las escasas oportunidades educativas que tienen las niñas en muchas partes del mundo⁴³.

La Unión Europea (UE) sería una región muy favorecida si la igualdad se impone. Se podrían generar hasta 10,5 millones de puestos de trabajo y aumentar el PIB de la región alrededor de un 10% hasta 2050⁴⁴. Y con solo incorporar a más mujeres en empleos digitales se podrían añadir anualmente 16 billones de euros al PIB de la UE⁴⁵.

Acelerar la igualdad contaría con el respaldo de los ciudadanos de la región: un 84% de los europeos consideran la igualdad de género importante (incluido el 80% de los hombres). Como acción destacable, la UE integra la perspectiva de género en sus políticas exteriores, siendo uno de los actores que lideraron la negociación en la fase de consultas de la Agenda 2030 para que se incluyera un objetivo concreto con nueve metas, como finalmente ocurrió con el ODS 5.

En España también es importante liderar el camino hacia la igualdad. La OIT estima que con solo reducir un 25% la brecha de género en el ámbito laboral hasta 2025, el PIB español crecería en 34.000 millones de euros⁴⁶. Y si se impulsa la igualdad a los máximos niveles, en consonancia con los países más avanzados de Europa, se agregarían nada más y nada menos que 110 mil millones de euros al PIB en 2025⁴⁷. Además, la brecha de género actual podría estar ocasionando ya una pérdida del 15% del PIB⁴⁸. Recientes medidas como la extensión de los planes de igualdad a las empresas con más de 50 empleados a partir de 2021 o los permisos de paternidad de 8 semanas siguen una buena dirección.

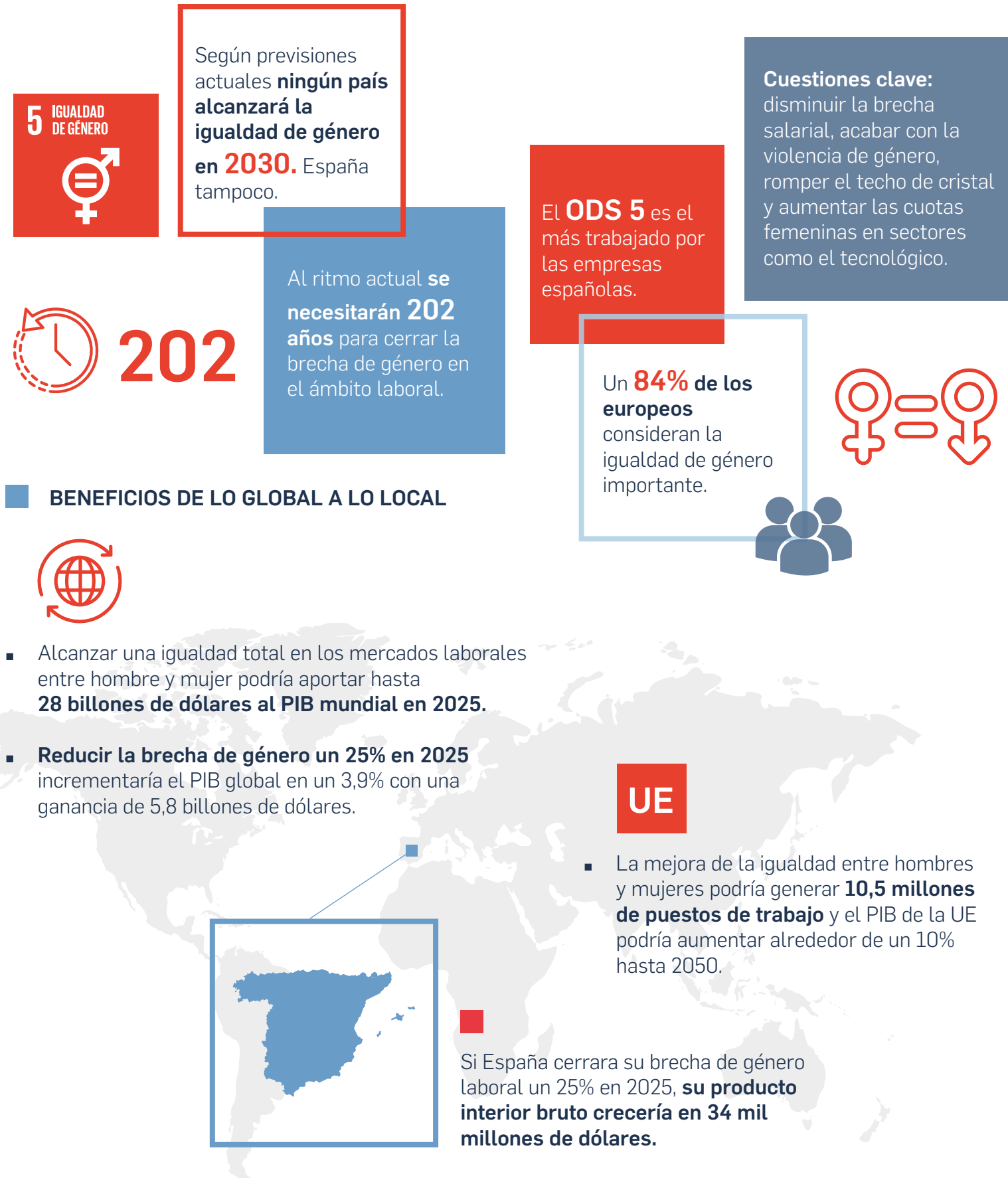
Para impulsar a nivel global y local la igualdad de género, hay que poner el foco en problemáticas concretas y activar la acción de gobiernos, empresas y del resto de actores. Disminuir la brecha salarial, acabar con la violencia de género, romper el techo de cristal para que los puestos de liderazgo sean ocupados por mujeres y aumentar las cuotas femeninas en sectores como el tecnológico pueden ser palancas importantes de cambio. Hay datos optimistas, según el informe *Las Empresas Españolas ante la Agenda 2030*, el ODS 5 es el más trabajado por las empresas españolas.

Luchar por la igualdad de género es, ante todo, una cuestión de respeto a los derechos humanos y justicia social, pero además supone una oportunidad única para hacer crecer la economía de forma sostenible e inclusiva. Si conseguimos superar el reto, quizá alcancemos un escenario a futuro como el que plantea Phumzile Mlambo-Ngcuka, Directora Ejecutiva de ONU Mujeres «Me encantaría escuchar a mi nieto decir en 2030: abuela antes a las mujeres les pagaban un salario inferior, ¿cómo pudo pasar eso?».

37. **World Economic Forum, The Global Gender Gap Report, 2018:** http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf
38. **Equal Measures 2030, Harnessing the power of data for gender equality, 2019:** https://data.em2030.org/wp-content/uploads/2019/05/EM2030_2019_Global_Report_ENG.pdf
39. **ILO, World Employment and Social Outlook: Trends for women 2017:** <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/trends-for-women2017/lang--en/index.htm>

40. **Better Leadership, Better World, 2018:** <http://s3.amazonaws.com/aws-bsdc/WomenRising2030-Better-Leadership-Better-World.pdf>
41. **IMF, Closing the gender gap, 2019:** <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2019/03/pdf/closing-the-gender-gap-dabla.pdf>
42. **World Bank Group, The cost of gender equality, 2018:** <http://documents.worldbank.org/curated/en/172021527258723053/pdf/126579-Public-on-5-30-18-WorldBank-GenderInequality-Brief-v13.pdf>

La igualdad de género liderar como oportunidad



43. **Banco Mundial, 2018:** <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/07/11/not-educating-girls-costs-countries-trillions-of-dollars-says-new-world-bank-report>

44. **European Institute for Gender Equality, Economic Benefits of gender equality:** <https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/policy-areas/economic-and-financial-affairs/economic-benefits-gender-equality>

45. **European Commission, Women in the Digital Age:** <http://www.media2000.it/wp-content/uploads/2018/03/WomeninDigitalAgeStudy-FinalReport.pdf>

46. **ILO, 2019:** https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/multimedia/maps-and-charts/enhanced/WCMS_556526/lang--en/index.htm

47. **McKinsey&Company, A way forward for Spain, 2017:** <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/Europe/Women%20matter%202017%20A%20way%20forward%20for%20Spain/Women-matter-2017-A-way-forward-for-Spain.ashx>

48. **Ministerio de Economía y Empresa, Libro Blanco de las mujeres en el ámbito tecnológico, 2019:** <http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/ministerio/ficheros/libreria/LibroBlancoFINAL.pdf>

LA ECONOMÍA CIRCULAR: DEJAR ATRÁS EL MODELO LINEAL

La economía circular parece ser una tendencia consolidada. El nuevo modelo económico, que busca sacar el máximo rendimiento posible a los recursos y reducir al mínimo la generación de residuos está generando consenso en muchos ámbitos. La base es sencilla: los productos han de usarse y luego reutilizarse, en lugar de desecharse y contaminar.

Sin embargo, el consenso sobre su importancia contrasta con su verdadera implantación. Solo en 2017, los recursos extraídos alcanzaron 90.000 millones de toneladas métricas y menos del 10% de los mismos fueron reciclados⁴⁹. Cada año se desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos y 8 millones de toneladas de basura acaban en el océano, de las cuales el 80% son botellas y bolsas de plástico⁵⁰ y si no se adoptan medidas urgentes, para 2050 todos los desechos a nivel mundial crecerán un 70% con respecto a los niveles actuales⁵¹. Estos son solo algunos de los retos que enfrentamos y si el modelo circular no se impone al lineal, irán cada vez a más.

Algunas medidas innovadoras ya están en marcha. 200 países han llegado a un acuerdo para reducir el plástico de un solo uso hasta 2030⁵² y la Unión Europea los ha prohibido a partir de 2021⁵³. Sin embargo, el uso de plástico es solo uno de los muchos problemas a abordar. El paso definitivo se dará cuando se activen cambios en todos los sectores y ámbitos.

Los impactos a nivel ambiental y social serían de gran magnitud, ya que se estima que la economía circular podría reducir entre un 80 y un 99% los desechos industriales en algunos sectores y entre un 79 y un 99% de sus emisiones⁵⁴, y además traería consigo importantes beneficios económicos. La transición a un modelo circular podría desbloquear un enorme crecimiento del PIB mundial de hasta 4,5 billones de dólares hasta 2030 según el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible⁵⁵. Según el informe *Better Business Better World*, solo con aplicar modelos circulares en el sector del automóvil se pueden generar entre 475 y 810 mil millones de dólares hasta 2030. Y la OIT pronostica que se pueden crear casi 6 millones de puestos de trabajo si se abandona un modelo basado en extraer, fabricar, utilizar y tirar, y se invierte en la reutilización, el reciclaje y una ampliación de la vida útil de los bienes⁵⁶.

En la Unión Europea la implantación de un modelo circular podría generar un beneficio económico neto de 1,8 billones de euros y crear más de 1 millón de nuevos puestos de trabajo de aquí a 2030⁵⁷. En

SI NO SE ADOPTAN MEDIDAS URGENTES, PARA 2050 TODOS LOS DESECHOS A NIVEL MUNDIAL CRECERÁN UN 70% CON RESPECTO A LOS NIVELES ACTUALES.

España, el club de Roma estima que pueden crearse 400.000 puestos de trabajos derivados de la economía circular⁵⁸.

El coste de no impulsar el modelo circular es también alto. Actualmente, el 95% del valor de los plásticos, es decir, entre 80 y 120 mil millones de dólares anuales, se pierde en la economía tras un primer y único uso⁵⁹. Y el coste de la contaminación marina se sitúa entre 500 y 2.500 mil millones de dólares anuales según la ciencia⁶⁰.

El cambio ha de ser sistémico para su éxito e impulsarse por todos los agentes llamados por la Agenda 2030. El Gobierno español se encuentra diseñando actualmente la Estrategia Española de Economía Circular, que estará alineada con los ODS. Las pautas de consumo responsable pueden tener una fuerte influencia, según Eurostat, en el 2016 España recicló o recuperó el 70,3% de sus residuos de envases, por delante de países como Francia o Suecia⁶¹. Y además el 58% de los españoles se siente identificado con las llamadas nuevas economías, la circular entre ellas⁶².

Las empresas también juegan un papel central en el camino hacia una economía circular. El impulso de estrategias basadas en el ecodiseño, la eficiencia energética e hídrica, la ecoinnovación o el reciclaje pueden marcar la diferencia. El 57% del IBEX 35 ya incluye información sobre reciclaje de materiales dentro de sus memorias de sostenibilidad⁶³.

Tal y como afirma Amina Mohamed, Vicesecretaria General de Naciones Unidas: «Todos hemos de repensar nuestras acciones para dejar de tirar; y orientarlas hacia la reutilización y el reciclaje convirtiendo nuestros desechos en riqueza». Reducir, reutilizar o reciclar es clave, pero no parece ser suficiente, también hay que activar cambios para repensar y reeducar si queremos alcanzar una economía 100% circular.

49. **Noticias ONU, 2019:** <https://news.un.org/es/story/2019/03/1452871>

50. **Noticias ONU, 2019:** <https://news.un.org/es/story/2019/03/1452961>

51. **Banco Mundial, 2018:** <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/09/20/global-waste-to-grow-by-70-percent-by-2050-unless-urgent-action-is-taken-world-bank-report>

52. **Banco Mundial, 2018:** <https://news.un.org/es/story/2019/03/1452961>

53. **Comisión Europea, 2019:** https://ec.europa.eu/spain/news/20190116_no-more-single-use-plastics-after-2021_es

54. **UN Environment, Re-defining Value, 2018:** <http://www.resourcepanel.org/reports/re-defining-value-manufacturing-revolution>

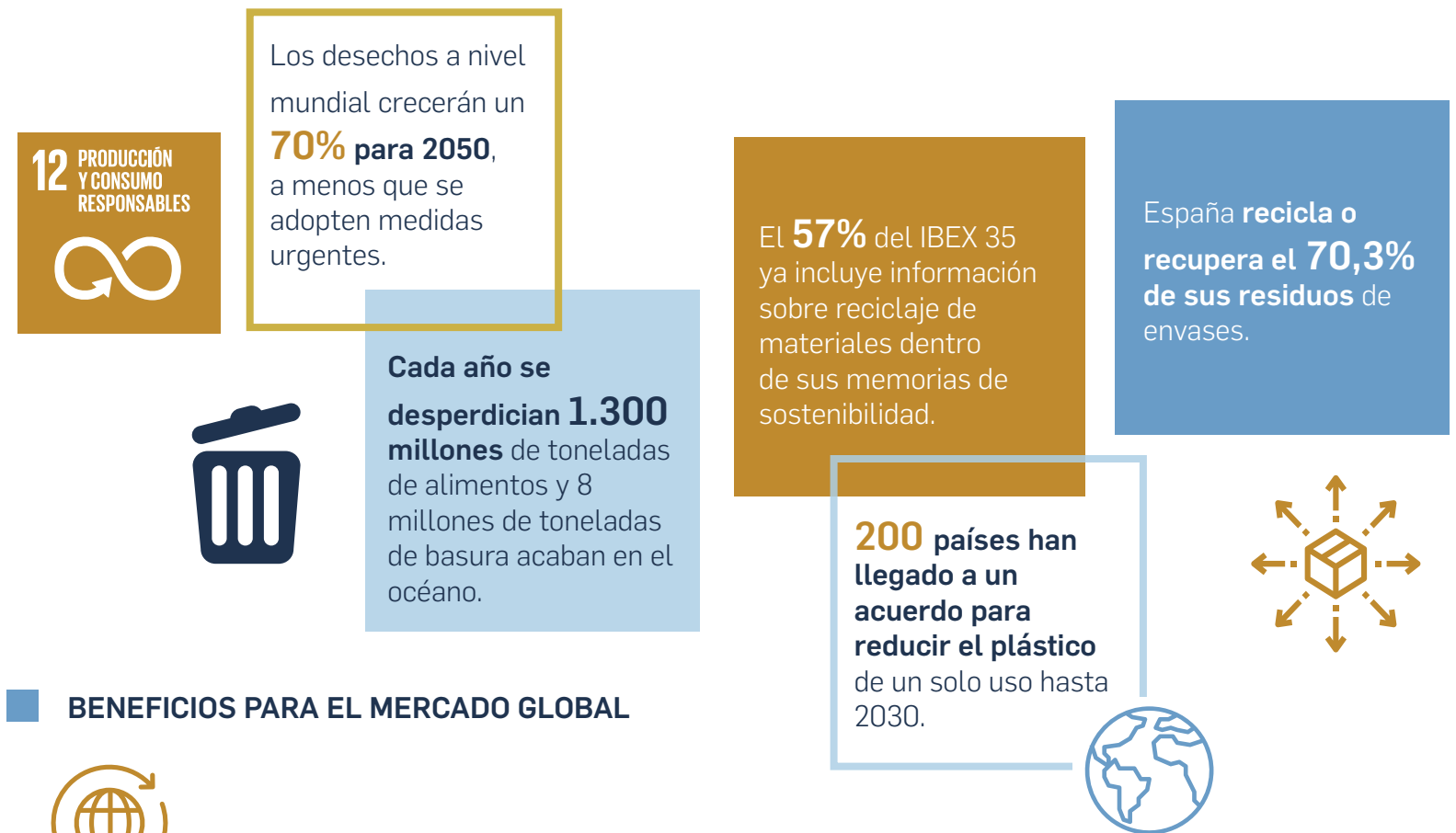
55. **WBCSD, The New Big Circle, 2018:** https://docs.wbcsd.org/2018/01/The_new_big_circle.pdf

56. **OIT, Sostenibilidad medioambiental en el empleo, 2018:** https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_638150.pdf

57. **Comisión Europea, Informe sobre el Plan de acción para la economía circular, 2019:** <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2019/ES/COM-2019-190-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

58. **Club de Roma, The Circular Economy and Benefits for Society:** <https://www.clubofrome.org/wp-content/uploads/2016/03/The-Circular-Economy-and-Benefits-for-Society.pdf>

La economía circular dejar atrás el modelo lineal



- La transición a un modelo circular podría desbloquear un enorme crecimiento del PIB de 4,5 billones de dólares hasta 2030.
- Se pueden crear casi 6 millones de puestos de trabajo a través del impulso de los modelos circulares hasta 2030.
- Aplicar modelos circulares en el sector del automóvil puede generar entre 475 y 810 mil millones de dólares hasta 2030.
- La economía circular podría generar un beneficio económico neto de 1,8 billones de euros y más de un millón de nuevos puestos de trabajo en Europa de aquí a 2030.
- La economía circular podría crear 400.000 empleos en España hasta 2030.

59. ELLEN MACARTHUR FOUNDATION , The New Plastic Economy: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthur-Foundation_TheNewPlasticsEconomy_Pages.pdf

60. Global ecological, social and economic impacts of marine plastic: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0025326X19302061>

61. Eurostat, 2019: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Packaging_waste_statistics#Recycling_and_recovery_targets

62. OCU, Otro consumo mejor, 2019: <https://www.ocu.org/otro-consumo-futuro-mejor>

63. Red Española del Pacto Mundial, Comunicando el Progreso 2018: https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/03/Comunicando_el_progreso_2018_Una_vision_integrada_en_sostenibilidad_y_re....pdf

LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO: HACIA MERCADOS VERDES

El cambio climático ha pasado en solo unos años de ser un fenómeno negado por parte de la sociedad, a ser considerado una de las mayores amenazas del siglo por unanimidad. Entre 1998 y 2010 el número de leyes nacionales sobre clima se quintuplicó, con más de 1.500 leyes y políticas en todo el mundo y en 2015 se acordó el Acuerdo de París, por el que los países se comprometieron a que el incremento medio de la temperatura mundial no supere los 2° C y si es posible frenarlo en 1,5° C, respecto a los niveles preindustriales.

La preocupación por el cambio climático también ha calado entre la población. El cambio climático es la primera preocupación a nivel mundial⁶⁴ y el 87% de los españoles esta alarmado o preocupado por el cambio climático⁶⁵. Además, han surgido manifestaciones de protesta en más de 100 países.

La sensibilización sobre el problema va en aumento, pero ¿es suficiente? Todo parece indicar que no. De persistir al ritmo actual las emisiones de gases de efecto invernadero, la temperatura media mundial seguirá aumentando y superará entre 2030 y 2052 la temperatura acordada en el Acuerdo de París⁶⁶. Además, por si la alarma no fuera suficiente, según Naciones Unidas, los compromisos actuales conducirían a un calentamiento global de más de 3°C en el año 2100⁶⁷, lo que según los científicos, podría tener efectos devastadores, incluida la extinción masiva de especies y la amenaza de los ecosistemas esenciales para la agricultura. La ciencia nos dice que hay que actuar urgentemente o la supervivencia de la humanidad está en juego.

Dentro de todas las actuaciones a impulsar, el paso a una economía verde parece vital. La parte positiva, es que todo parece indicar que cumplir con el Acuerdo de París es rentable. Según un informe de la Corporación Financiera Internacional (IFC), existen 23 billones de dólares en oportunidades de inversión en clima en mercados

LOS COMPROMISOS ACTUALES CONDUCIRÍAN A UN CALENTAMIENTO GLOBAL DE MÁS DE 3°C EN EL AÑO 2100.

emergentes, como las infraestructuras verdes o el transporte sostenible⁶⁸. Solo el mercado de la energía eólica y solar tiene un potencial de crecimiento de hasta 6 billones de dólares hasta el año 2040⁶⁹. La OIT estima que cumplir con el Acuerdo de París puede crear 24 millones de nuevos empleos en el mundo, que compensarían los 6 millones que se perderán en sectores como el del petróleo y la refinería⁷⁰.

En la misma corriente, aunque algo más positiva, se sitúa otro informe de la Comisión Mundial sobre la Economía y el Clima que estima que un crecimiento bajo en carbono podría generar en todo el mundo beneficios económicos de 26 billones de dólares y 65 millones de nuevos puestos de trabajo hasta 2030. A nivel regional, la UE calcula que se podrían crear hasta 900.000 puestos de trabajo en el ámbito de las energías renovables y ahorrar unos 300.000 millones de euros al año si reduce la dependencia de los combustibles fósiles⁷¹. En España también se podrían generar más de 200.000 empleos hasta 2030⁷³.

Pero no solo existen oportunidades en actuar, sino también pérdidas en no hacerlo, tal y como afirma el FMI cuando menciona al cambio climático como «el riesgo clave que podría rebajar la potencial producción global en el medio plazo». Según el Banco Mundial, si la temperatura global sigue subiendo se producirían recortes de entre el 5% y el 10% del PIB mundial⁷⁴. La EU también se arriesga a perder a final de siglo hasta el 1,9% de su PIB⁷⁵ y la zona sur de la región tendría unas pérdidas anuales de alrededor del 4,2% del PIB si se llega al escenario de los 3° C⁷⁶, con España como uno de los países más afectados.

La buena noticia es que los compromisos se están acelerando en los últimos años. La Comisión Europea presentó en 2018 una estrategia a largo plazo para alcanzar cero emisiones en 2050, a través del transporte sostenible, incentivos para la transición, combustibles alternativos e infraestructuras inteligentes. El Plan Nacional Integrado de Energía y Clima presentado ante la UE en 2019 fija una reducción del 21% de las emisiones de gases de efecto invernadero hasta 2030 y el propósito en 2050 de alcanzar la neutralidad climática⁷⁷. Algunas empresas también se están sumando: más de 550 empresas en todo el mundo ya han fijado objetivos científicos de reducción de emisiones en línea con la iniciativa *Science Based Targets Initiative*⁷⁸. Y un 34% del IBEX 35 ya cuentan con un plan en materia de cambio climático⁷⁹.

El cambio climático avanza más rápido que las soluciones, pero todos los actores están de acuerdo en la solución final: alcanzar la neutralidad climática en 2050 o a más tardar en 2070. Las decisiones que se tomen estos años determinarán si construimos una economía próspera y sostenible, o si enfrentaremos las catastróficas consecuencias del calentamiento del planeta.

64. **Pew Research Center, Climate Change Still Seen as the Top Global Threat, 2019:** https://www.pewglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2019/02/Pew-Research-Center_Global-Threats-2018-Report_2019-02-10.pdf

65. **European Investment Bank, EIB Climate Survey, 2018:** <https://www.eib.org/en/surveys/citizens-climate-change-survey.htm>

66. **ONU Medioambiente, GEO6, 2019:** https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/27652/GEO6SPM_SP.pdf?sequence=6&isAllowed=y

67. **ONU Medioambiente, GEO6, 2019:** https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/26879/EGR2018_ESSP.pdf?sequence=19

68. **IFC; Climate Investment Opportunities in Emerging Markets, 2016:** https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/51183b2d-c82e-443e-bb9b-68d9572dd48d/3503-IFC-Climate_Investment_Opportunity-Report-Dec-FINAL.pdf?MOD=AJPERES

69. **UN Global Compact, Global Opportunity Explorer, 2019:** https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/GOE_2019_Insights.pdf

70. **Sostenibilidad medioambiental en el empleo, 2018:** https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_638150.pdf

71. **Naciones Unidas, 2018:** <https://news.un.org/es/story/2018/09/1441061>

Lucha contra el cambio climático hacia mercados verdes



Según la ONU, los **compromisos actuales conducirían a un calentamiento global** de más de 3° C , lo que según los científicos, podría tener efectos devastadores.

Un **34%** del IBEX 35 ya cuentan con un plan en materia de cambio climático.

Solución final: **alcanzar la neutralidad climática en 2050** o a más tardar en 2070.

El Acuerdo de París establece que el **incremento medio de la temperatura** no puede superar los **2° C** y si es posible debería frenarse en **1,5° C** respecto a los niveles preindustriales.



El **87%** de los españoles se preocupa por el cambio climático.

Reducir las emisiones de carbono a

0
para **2050**

BENEFICIOS PARA EL MERCADO GLOBAL



- Se puede desbloquear **23 billones de dólares** en oportunidades relacionadas con el clima de aquí a 2030.
- El cumplimiento del Acuerdo de París puede crear **24 millones de empleos** en el mundo hasta 2030.

- Si la temperatura global sigue subiendo al ritmo que lo ha hecho hasta ahora, podría acarrear **recortes de entre el 5% y el 10% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial.**



- De aquí a 2030 pueden crearse **900.000 puestos de trabajo** en el ámbito de las tecnologías de energías renovables.
- La UE puede ahorrar **300.000 millones de euros** al año si reduce su dependencia de los combustibles fósiles.
- España podría **crear más de 200.000 puestos de trabajo** para 2030.
- La zona sur de la UE tendrá unas **pérdidas anuales de alrededor del 4,2% del PIB** si se llega al escenario de los 3°C.



72. Comisión Europea, Documento de reflexión Hacia una Europa sostenible en 2030, 2019: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2019/ES/COM-2019-22-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

73. Eurofound, Future of manufacturing, 2019: <https://euagenda.eu/upload/publications/untitled-205488-ea.pdf>

74. World Bank, Climate change and malnutrition must be tackled together, 2019: <https://blogs.worldbank.org/health/climate-change-and-malnutrition-must-be-tackled-together>

75. European Commission, 2019: <https://ec.europa.eu/jrc/en/peseta-iii>

76. European Commission, 2019: <https://ec.europa.eu/jrc/en/peseta-iii>

77. Resumen del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030, 2019: https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/participacion-publica/notaexplicativadelborradordelpniec2021-2030_tcm30-487346.pdf

78. Science Based Targets, 2019: <https://sciencebasedtargets.org/>

79. Red Española del Pacto Mundial, Comunicando el Progreso 2018: https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/03/Comunicando_el_progreso_2018_Una_vision_integrada_en_sostenibilidad_y_re...pdf

COMBATIR LA CORRUPCIÓN: LA TRANSPARENCIA COMO ANTÍDOTO

La corrupción es un problema global que afecta a estados y organizaciones de todo el mundo. Dinamarca y Nueva Zelanda son considerados los países con un menor índice de corrupción a nivel global, según el Índice de Percepción de la Corrupción 2018⁸⁰. España se sitúa en el puesto 42 de 176 países, a la cola de la Unión Europea según este mismo índice, solo por encima de países como Italia o Malta. La lacra de la corrupción suele vincularse al ámbito público, sin embargo, la propia Convención de Naciones Unidas contra la Corrupción, en su artículo 12, establece medidas dirigidas al sector privado. Y Transparencia Internacional la define como «el abuso de poder para beneficio propio», tanto por parte de un político o un funcionario público en un alto cargo de la administración, como por parte de un director de operaciones de una empresa. Según la Encuesta mundial sobre fraude y delito económico de PwC, el 42% de las compañías han aumentado sus gastos para combatir el fraude en los últimos dos años.

La población es cada vez más consciente de este problema. Los titulares de periódicos de muchos países están cada vez más llenos de escándalos de corrupción, que afectan a partidos de todos los colores y a empresas de todos los tamaños. En España, un 94% de la población cree que la corrupción está extendida entre la sociedad y un 75% opina que la corrupción es parte de la cultura empresarial⁸¹.

El coste de la corrupción es además muy alto, ya que se traduce en una menor inversión en servicios públicos esenciales, como la educación o la sanidad por parte de los gobiernos y también deteriora el crecimiento económico. El Foro Económico Mundial estima que el coste global de la corrupción es de al menos 2,6 billones de dólares al año, es decir, el 5% del PIB mundial y según el Banco Mundial, entre empresas y personas, se paga más de 1 billón de dólares anuales en sobornos⁸².

En la Unión Europea también hay pérdidas. Según un informe del Grupo de los Verdes en el Parlamento Europeo, se podrían estar perdiendo anualmente hasta 904.000 millones de euros a causa de la corrupción en la región – para hacerse una idea, acabar con el hambre en el mundo solo costaría anualmente unos 229 millones de euros– y de este total 90.000 millones se perderían en España, lo que supone casi el 8% del PIB nacional⁸³. Según otro estudio, acabar con la corrupción y mejorar otros elementos de calidad institucional

EN ESPAÑA, EL 100% DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35 YA CUENTAN CON CANALES DE DENUNCIAS.

podría hasta 2033 aumentar un 8% el PIB español, según la estimación más conservadora y hasta un 30% según la más optimista⁸⁴.

La lucha contra el fraude fiscal es otro de los principales retos. Según el estudio *The missing profits of the nations*, el 40% de los beneficios de las multinacionales se desplaza a un país de baja tributación, alrededor de 600.000 millones de dólares anuales⁸⁵. En este sentido, se están ya tomando medidas eficaces, como el intercambio automático de información fiscal entre 2009 y 2019, que ha permitido recaudar más de 95.000 millones de euros en impuestos y sanciones en los países de la OCDE y del G-20 o la inclusión de 10 nuevos países en la lista negra de paraísos fiscales de la Unión Europea⁸⁶.

Acabar con esta lacra requiere de una mayor regulación y control por parte de la administración pública, pero también de la actuación responsable de las empresas. En palabras de Lise Kingo, Directora Ejecutiva del Pacto Mundial: «Ninguna empresa, independientemente de su tamaño o sector, es inmune a la corrupción, y el potencial de daño es considerable». En España, el 100% de las empresas del IBEX 35 ya cuentan con canales de denuncias, pero solo el 51% reportan casos confirmados de corrupción, en un ejercicio de transparencia⁸⁷.

La corrupción es un problema sistémico, con importantes impactos sobre la economía, y aún más sobre las personas y sus necesidades. Es evidente que sin instituciones y mercados transparentes será difícil cumplir con el lema de la Agenda 2030 de no dejar a nadie atrás.

80. **Transparencia Internacional, Corruption Perceptions Index 2018:** https://www.transparency.org/news/pressrelease/el_indice_de_percepcion_de_la_corrupcion_2018

81. **The Greens/EFA in the European Parliament, The cost of corruption across the EU, 2019:** https://www.tercerainformacion.es/sites/default/files/archivos/informe_el_coste_de_la_corrupcion.pdf

82. **ONU Noticias, 2018:** <https://news.un.org/es/story/2018/09/1441292>

83. **The Greens/EFA in the European Parliament, The cost of corruption across the EU, 2019:** https://www.tercerainformacion.es/sites/default/files/archivos/informe_el_coste_de_la_corrupcion.pdf

84. **Fundación BBVA, Los costes económicos del déficit de calidad institucional y la corrupción en España, 2018:** https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2018/10/Informe-DE-lvie-2018_costes-economicos-deficit-calidad-institucional.pdf.pdf

85. **Thomas R. Tørsløv, Ludvig S. Wier, Gabriel Zucman, The missing profits of Nations, 2018:** <https://gabriel-zucman.eu/files/TWZ2018.pdf>

86. **Comisión Europea, 2019:** http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-1606_es.pdf

87. **Red Española del Pacto Mundial, Comunicando el Progreso 2018:** https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/03/Comunicando_el_progreso_2018_Una_vision_integrada_en_sostenibilidad_y_re....pdf

Combatir la corrupción la transparencia como antídoto



España, de acuerdo al Índice de Percepción de la Corrupción Internacional, **se sitúa en el puesto 42 de una lista de 176 países.**



El 42% de las compañías en todo el mundo han aumentado sus gastos para combatir el fraude en los últimos dos años.



En España, un **94% de la población** cree que la corrupción está extendida entre la sociedad y un **75%** opina que la corrupción es parte de la cultura empresarial.

Solo el **51%** del IBEX 35 reportan casos confirmados de corrupción.



BENEFICIOS PARA EL MERCADO GLOBAL



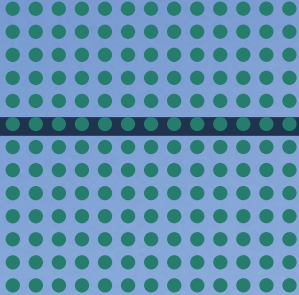
- **El coste de la corrupción es de al menos 2,6 billones de dólares**, es decir, el 5% del producto interno bruto mundial (Foro Económico Mundial).
- Según el Banco Mundial, entre empresas y personas, **se paga más de 1 billón de dólares anuales en sobornos.**
- El 40% de los beneficios de las multinacionales se desplaza a un país de baja tributación, alrededor de **600.000 millones de dólares anuales.**

UE

- Se podrían estar perdiendo en la Unión Europea **904.000 millones de euros cada año a causa de la corrupción.**



- **La corrupción podría costar a los españoles 90.000 millones de euros cada año**, casi el 8% del producto interior bruto.



OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS



No solo la economía puede beneficiarse del camino a seguir que marca la Agenda 2030, también las empresas a nivel individual pueden encontrar importantes oportunidades en el marco. El principal argumento para convencer a una empresa es el mismo que para el resto de actores: la Agenda 2030 es el único modelo de crecimiento posible a largo plazo y no actuar implica daños irreparables, no solo para las personas y el planeta, sino también para la economía. El cambio climático, el deterioro en el cumplimiento de los derechos humanos o el agotamiento de los recursos naturales pueden deteriorar de forma seria el crecimiento económico y, por tanto, también el buen funcionamiento de los mercados.

Pero, además, existen argumentos más cercanos al día a día de la empresa, que pueden hacer cambiar de opinión respecto a los ODS dentro de aquellas organizaciones con una concepción de crecimiento más tradicional. Se describen aquí hasta diez argumentos empresariales para convencer a los indecisos. Estos son válidos para todo tipo de empresas, aunque algunos están más dirigidos a pymes y otros a grandes corporaciones. Sumar cada vez a más organizaciones en la transformación que implican los ODS es la misión del Pacto Mundial y ayudar a expandir estos mensajes es una de las acciones más importantes para las empresas líderes.



MARCO GLOBAL COMPARTIDO

Los ODS permiten a las empresas dirigir sus contribuciones a la sostenibilidad hacia 17 Objetivos y 169 metas globalmente acordadas, facilitando la coherencia en los proyectos y acciones de responsabilidad social. El 70% de más de 1.000 CEOs encuestados a nivel mundial cree que los ODS proporcionan un marco claro para estructurar las contribuciones empresariales a la sostenibilidad⁸⁸. Además, el lenguaje común facilita a las empresas la creación de alianzas con otras organizaciones o actores de diferente naturaleza.

Los ODS también simplifican el reporting y la comunicación en sostenibilidad, pasando ésta a ser comprensible por parte de la administración pública, la sociedad civil o el ámbito académico, al ser la Agenda 2030 un marco compartido por todos los actores del planeta. En España, la Ley 11/2018 en materia de Información No Financiera y Diversidad menciona de forma específica a los ODS como un marco en el que las empresas pueden orientarse para proporcionar la información que la ley exige.



Desde Tinkle vemos la comunicación como la principal herramienta para contagiar a la sociedad de la necesidad de impulsar la Agenda 2030 y la sostenibilidad. Además, la comunicación juega un papel fundamental en la difusión de los ODS para que se conozca y, en concreto, el ODS 17 de Alianzas para el Desarrollo para difundir esa colaboración para el impulso de la Agenda 2030».

Javier Curtichs
CEO de Tinkle

88. Global Compact, Accenture. Agenda 2030: a Window of Opportunity, 2017. https://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/UNG-CAccenture-CEO-study-2016-infographic.pdf

ACCESOS A NUEVOS MERCADOS

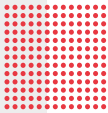
Contribuir a los ODS, permite a las empresas acceder a nuevos segmentos de mercado que serán claves en la economía de los próximos años: las nuevas tecnologías, los negocios inclusivos, las energías renovables, la economía circular, los productos ecológicos o la gestión eficiente del agua. Además, conforme la sostenibilidad penetra en los mercados, se irán desbloqueando nuevas oportunidades que den respuesta a nuevas necesidades. Por ejemplo, la eliminación del plástico de un solo uso en 2021 en la Unión Europea ha abierto la puerta a empresas que buscan alternativas sostenibles; o las dietas saludables han hecho proliferar nuevos productos nutricionales orientados a atender la demanda.

Las empresas que integren la sostenibilidad en el modelo de negocio y la consideren una variable en la toma de decisiones estratégicas y comerciales, no se quedarán atrás en la transformación. Actuar sostenible es sinónimo de rentabilidad.



Somos una empresa joven con un producto innovador y único en el mundo. Nuestra estrategia como empresa tiene en su núcleo la sostenibilidad y responsabilidad social, por lo tanto, nuestras posibilidades de negocio para ser una empresa exitosa y perdurable son bastante buenas en la Agenda 2030. Producimos bebidas de alta calidad en latas auto calentables bajo criterios de sostenibilidad. Conscientes del medioambiente estamos orgullosos de que nuestras latas ya son hoy en día 100% reciclables».

Flemming Jahn,
CEO de The 42 Degrees Company



Nuevas necesidades, nuevas oportunidades

La publicación del Pacto Mundial *Global Opportunity Explorer 2019*⁸⁹ ofrece datos en ámbitos concretos de la Agenda 2030, que suponen importantes oportunidades de futuro:



ODS 7
Hoy en día el mercado de las energías renovables representa más de 297.000 millones de dólares, con un potencial de crecimiento de 6 billones de dólares en nuevas inversiones en energía eólica y solar hasta el año 2040.

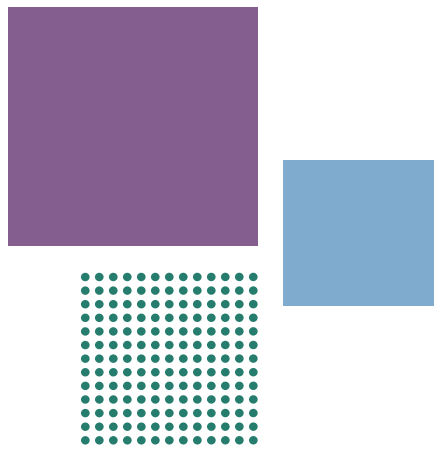


ODS 9
Se estima que la industria digital tiene oportunidades por valor de 2,1 billones de dólares hasta 2030 si impulsa soluciones que impacten positivamente en los ODS.



ODS 11
Más de la mitad de las ventas de automóviles nuevos (y un tercio de la flota mundial) serán eléctricos en 2040.

89. UN Global Compact, *Global Opportunity Explorer, 2019*: https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/GOE_2019_Insights.pdf



OPORTUNIDADES CON EL SECTOR PÚBLICO

El acceso a un mayor número de contratos o subvenciones con la administración pública es otro de los beneficios que pueden encontrar las empresas en la Agenda 2030. Muchas leyes de contratación o convocatorias de subvenciones con organismos públicos ya consideran criterios de sostenibilidad.

En España, la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público⁹⁰ incluye criterios medioambientales o sociales para la adjudicación de contratos a las empresas con la administración pública y también en el caso de que se produzca un empate. Entre los criterios a evaluar se encuentran: la reducción del nivel de emisiones de gases de efecto invernadero, la implantación de un plan de igualdad de género, la utilización de energía procedente de fuentes renovables, la inserción sociolaboral de personas con discapacidad o la aplicación de criterios éticos y de responsabilidad social a la prestación contractual.

REPUTACIÓN CORPORATIVA

Integrar los ODS en la estrategia corporativa puede ayudar a mejorar la reputación de una empresa y la imagen general de su marca, al ser reconocida por la sociedad como una organización ética y sostenible. No es casualidad que, de las 250 compañías más grandes del mundo, más del 90% de ellas ya informen sobre su desempeño en sostenibilidad⁹¹.

La reputación por tanto es un valor en sí mismo y además puede traducirse en un mejor desempeño económico. Una empresa con buenas condiciones laborales o que luche por la igualdad de género tendrá indudablemente más activos intangibles que una que no



En Mapfre perseguimos resultados para el conjunto de la sociedad, y en este sentido vemos claramente que las empresas comprometidas con los valores y objetivos de la Agenda 2030 logran incrementos notables de reputación y son percibidas por los clientes y futuros clientes de una manera preferente, lo que se traduce en mayores oportunidades de negocio. Nosotros somos una empresa muy innovadora lo cual nos permite cada año ofrecer al mercado alrededor de 50 nuevos productos o servicios, todos ellos diseñados bajo el compromiso de la sostenibilidad, que es un valor transversal en el Grupo que desarrollamos a partir de nuestro Plan de Sostenibilidad».

Antonio Huertas
Presidente de MAPFRE

lo haga. Los intangibles son activos no cuantificables que influyen de forma directa en la imagen de la compañía e incluso en su crecimiento, como, por ejemplo, el impulso al desarrollo sostenible u otros como el uso de tecnología o la relación con los grupos de interés. Según el informe *Global Intangible Finance Tracker 2018*, el 52% del valor global de todas las empresas que mundialmente cotizan en bolsa reside en los intangibles⁹².

Otra investigación a las 500 empresas más grandes de Estados Unidos, que cotizan en el índice bursátil Standard & Poor's 500, durante el período 2009-2013, concluyó que las empresas que participaban en iniciativas socialmente responsables tenían un mejor desempeño financiero⁹³.

90. **Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, 2018:** <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2017-12902>

91. **Naciones Unidas, Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2018:** <https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2018-ES.pdf>

92. **Brand Finance, Gift 2018:** https://brandfinance.com/images/upload/gift_esp.pdf

93. **The impact of corporate social responsibility on financial performance, 2016:** https://www.researchgate.net/publication/308662620_The_impact_of_corporate_social_responsibility_on_financial_performance

EMPLEADOS/AS CON PROPÓSITO

Contribuir a los ODS por parte de una empresa puede aumentar el compromiso y la motivación de sus empleados y otros grupos de interés, ya que la Agenda 2030 los hace partícipes de un propósito adicional y compartido, el de construir un mundo más sostenible. Además, puede atraer nuevo talento a la organización.

Un propósito positivo y que sea compartido entre la empresa y los empleados puede ayudar a la plantilla a conectar con su trabajo y los valores de la organización. En este sentido los ODS pueden ayudar a abordar un reto evidente: según la firma internacional de análisis Gallup, el 85% de las y los trabajadores en todo el mundo no están comprometidos o interesados por su trabajo⁹⁴ lo que incluso puede afectar a su productividad.



Tanto para nuestra empresa, una pyme, como para cualquier otra, la Agenda 2030 proporciona oportunidades de negocio. Por ejemplo, mejorar las condiciones laborales o favorecer la igualdad, siempre repercutirá en un beneficio para la empresa, los trabajadores están más contentos, piensan que tienen un empleo con unas condiciones más justas y desempeñarán mejor sus tareas, además genera un efecto «contagio» en las demás empresas que hace que, en general, todo vaya mejor».

Jose Manuel López,
CEO de Residuos Electrónicos



La búsqueda de propósito es aún mayor en la generación millennial: el 76% de los millenials a nivel global cree que su negocio ha de tener un impacto social positivo⁹⁵ y para el 52%, la cultura corporativa es el segundo punto más importante para elegir un trabajo⁹⁶. Datos muy relevantes, considerando que solo en España, las personas entre 16 y 36 años – unos 11 millones de españoles – representan casi un cuarto de la población total del país.



En ATREVIA estamos estudiando mucho las nuevas generaciones (los Z, Millennials, y las que vendrán), y detectamos un gap importante de visión y enfoque que debemos solventar. No observar y diseñar desde nuestro marco conceptual, sino abrir bien «las orejas» para escuchar a los jóvenes y cocrear con ellos. Las nuevas generaciones, vienen fuertes en activismo, y compromiso, es esencial que sumemos fuerzas e integremos visiones para el bien común».

Asun Soriano
CEO/Presidenta España Atrevia



94. Gallup, State of the global workplace, 2019: https://www.gallup.com/workplace/238079/state-global-workplace-2017.aspx?utm_source=2013StateofGlobalWorkplaceReport&utm_medium=2013SOG-WReportLandingPage&utm_campaign=2013StateofGlobalReport_Redirectto2017page&utm_content=download2017now_textlink#formheader

95. Deloitte Millennial Survey 2017: <https://www2.deloitte.com/cl/es/pag-es/about-deloitte/articles/cl-millennial-survey-2017.html>

96. Deloitte Millennial Survey 2018: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-2018-millennial-survey-report.pdf>

ENTREVISTA



GERARDO CUERVA

Presidente de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)

«LAS PYMES COMO PARTE FUNDAMENTAL DEL SECTOR PRIVADO DESEMPEÑAN UNA LABOR CRUCIAL EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE».

¿Qué valoración hace de la situación actual de la pyme española en la contribución a la Agenda 2030?

Las pequeñas y medianas empresas son la columna vertebral de la economía y del tejido empresarial español. Las pymes representan el 99,8% de todas las empresas en España; de ellas, la gran mayoría (95%) tiene incluso menos de 10 empleados. Sin embargo, la importancia de las pymes no sólo debe verse en el ámbito de su contribución económica y su aportación elevada a la cifra de facturación del conjunto del país o al crecimiento del empleo, sino que las pymes desempeñan un papel central en el desarrollo económico general.

Las pymes como parte fundamental del sector privado desempeñan una labor crucial en el desarrollo sostenible y la prosperidad de los territorios, ofreciendo oportunidades de ingresos, generación de empleo, formación y desarrollo de carreras profesionales y contribuyendo así al fomento del crecimiento económico y a la erradicación de las desigualdades.

Éste podría considerarse como el mayor de los compromisos de las empresas de menor dimensión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Nace entre las empresas no sólo porque hacerlo es lo correcto, sino porque existen sólidos argumentos ligados a retos y oportunidades que determinarán el conjunto de nuestras inversiones futuras. Un entorno de desarrollo sostenible a largo plazo en materia económica, social y medioambiental es el mejor garante de la obtención de las tasas de rentabilidad o retorno planeadas y necesarias para impulsar a las empresas e inversores de hoy en día.

Las empresas no pueden funcionar de manera eficiente en un entorno generalizado de pobreza, desigualdad y de cambio climático y, por otra parte, se están originando retos y oportunidades asociados

a estos objetivos, en donde la creatividad y la innovación empresarial son imprescindibles para resolver y aprovechar los cambios que supone el desarrollo económico sostenible. Por tanto, el apoyo empresarial al desarrollo sostenible debe de ser prioritario.

La Agenda 2030 reconoce el papel decisivo de todas las empresas para alcanzar los ODS, desde las microempresas hasta las grandes multinacionales. Las pymes son la base de la economía a nivel nacional; en España representan el 99,98% del tejido empresarial, representan el 63% del PIB y crean el 74% del empleo del país. ¿Cómo puede impulsarse la Agenda 2030 entre la pequeña y mediana empresa?

Algunas pymes son ya referentes en el ámbito de la sostenibilidad, por ejemplo, en el sector de la eco industria y en la eco innovación. Sin embargo, esto todavía puede ser considerado por la gran mayoría de empresas de reducida dimensión como un nicho específico. Por este motivo, es de suma importancia que la política y la legislación nacional en materia de desarrollo sostenible proporcionen el marco adecuado para el cambio de una economía tradicional a una más sostenible medioambientalmente y más circular, respondiendo a las características y especificidades propias de las pymes.

Las pymes nos piden que se difundan y desarrollen programas de formación y sensibilización para las empresas de menor tamaño sobre la importancia de reportar con relación en los aspectos extra financieros y desarrollar recursos, herramientas y proyectos de capacitación para facilitar la tarea de reporte en sostenibilidad. Estas empresas, además, reclaman indicadores sencillos y específicos que puedan ser utilizados por la pyme y que, al mismo tiempo, sean comparables con cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño.

¿Qué ODS consideraríais desde CEPYME más prioritarios para su contribución por parte de las pequeñas y medianas empresas españolas?

Las organizaciones representativas de los empresarios desempeñamos un papel fundamental en la aplicación del conjunto de los objetivos de la Agenda 2030. Tenemos la representatividad y la legitimidad como voz consolidada de las empresas en la formulación de políticas, de tal manera que sean diseñadas para que las empresas puedan implementarlas sobre el terreno sin efectos adversos.

En este sentido, destacaría la fuerte vinculación que tiene la función de interlocutor social de las organizaciones empresariales con las instituciones públicas y las organizaciones sindicales a través del diálogo social en ámbitos como la igualdad de género (ODS 5), la salud y el bienestar (ODS 3), la acción por el clima (ODS 13) y, sin duda, sobre el trabajo digno y crecimiento económico (ODS 8), puesto que el sector privado es el principal generador de puestos de trabajo, la generación de riqueza y la competitividad de nuestra economía.

Por último, quisiera resaltar la importancia del ODS 17 sobre las alianzas para lograr los objetivos para la coordinación y ejecución de acciones eficientes, en aras de la consecución del resto de los objetivos antes expuestos. El éxito de la Agenda 2030 requiere alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. En este sentido, quisiera poner en valor el acuerdo alcanzado el pasado mes de abril entre la Red Española del Pacto Mundial y CEPYME para fomentar los ODS entre las pymes y en donde ambas entidades nos comprometemos a la difusión de los ODS y a promocionar acciones de responsabilidad social empresarial, además de impulsar actividades sostenibles entre la pequeña y mediana empresa.

Según el estudio llevado a cabo por el Pacto Mundial y presentado por el gobierno español en el Plan de Acción para la Agenda 2030, solo el 22% de las pequeñas y medianas empresas españolas conoce los ODS en profundidad. ¿Cómo se puede impulsar la sensibilización y concienciación de la pyme hacia los ODS?

Como he destacado, lo fundamental es que las pymes puedan reconocer e identificar el valor añadido que se produce al implementar una estrategia de negocio alineada a los ODS. Éstos les permiten acceder a nuevos segmentos de mercado, con un elevado potencial de desarrollo en cuestiones claves como las nuevas tecnologías, la economía circular, las energías renovables o el desarrollo sostenible. Asimismo, es una oportunidad diferencial de llegar a acuerdos con compañías de mayor tamaño o acceder a la contratación pública.

Para este compromiso, es imprescindible que los empresarios o directores generales de las pymes puedan, a través de un mensaje claro y adaptado a las características de las pymes, conocer y comprometerse con el desarrollo de estos objetivos dentro de sus compañías.

La formación de los propios empleados, así como la colaboración

con terceros (proveedores, clientes u otros grupos de interés) inciden positivamente en el desarrollo de las acciones, que deben ser comunicadas convenientemente por parte de las empresas, de tal forma, que pueda extraerse el mayor valor económico y social posible de las mismas. La disponibilidad de cualquier tipo de campaña de sensibilización, materiales de formación, indicadores de medición del progreso o herramientas de comunicación y marketing digital adaptadas en sus contenidos a las especificidades de las empresas de menor dimensión impulsaría, sin duda, a estas compañías hacia los ODS.

¿Qué tipo de alianzas pueden realizar las pequeñas y medianas empresas para impulsar la Agenda 2030? ¿Con que actores pueden desarrollarlas?

En el momento en que las pymes visualizan la necesidad de compromiso con la Agenda 2030 se identifican específicamente con aquellos ODS sobre los que más puede contribuir o más oportunidades de negocio puede generarles. En este sentido, dependiendo de la actividad y tamaño de la empresa y los objetivos que se seleccionen, las alianzas establecidas con los distintos grupos de interés serán distintas. Estos grupos de interés pueden estar compuestos por los trabajadores o representantes de los trabajadores de las compañías, los clientes, los proveedores, las instituciones públicas, la economía social e, incluso, por otras empresas de otros sectores o territorios. Las acciones puntuales pueden ir desde la adopción de medidas relacionadas con la conciliación laboral y familiar y el fomento de la contratación de empresas con empresas locales de bajo impacto medioambiental hasta la inclusión de información ambiental y social en los productos y servicios que se provean al mercado, entre otras.

NEGOCIO CON GRANDES EMPRESAS

Las grandes empresas de todo el mundo están incorporando rápidamente la sostenibilidad como núcleo de sus modelos de negocio. Como consecuencia, estas corporaciones exigen cada vez más a sus socios comerciales un comportamiento responsable y sostenible, por ejemplo, evaluando bajo criterios sociales o ambientales a sus proveedores. En una encuesta del Pacto Mundial a más de 1.000 empresas a nivel internacional se concluyó que el 86% de las empresas con más de 50.000 empleados incluyen en los contratos y órdenes de compra sus requisitos en materia de responsabilidad social⁹⁷.

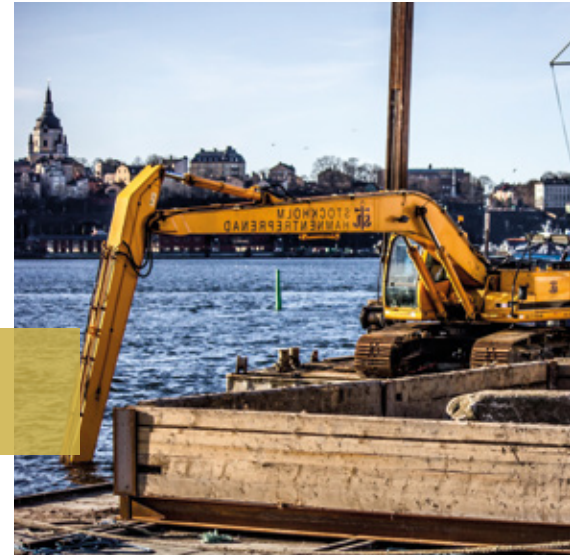
En España la tendencia es similar. Según un análisis de la Red Española del Pacto Mundial, el 86% de las empresas del IBEX 35 ya están comprometidas con los ODS, y además el 66% ya evalúan a sus proveedores bajo criterios sociales y el 71% bajo criterios ambientales. Las empresas que contribuyan a la Agenda 2030 verán por tanto incrementadas sus oportunidades para cerrar acuerdos con grandes empresas, y mantener los negocios que ya tienen en marcha con ellas.

AHORRO EN COSTES

Integrar la sostenibilidad en la cadena de valor de una empresa puede ser sinónimo de ahorrar costes, particularmente en aquellos ODS de dimensión ambiental. Según un informe de Cox Conserves, realizado a 2.500 pymes en todo el mundo, el 67% de las empresas implanta acciones de RSC con el objetivo de gestionar mejor sus costes⁹⁸.

Medidas como controlar el uso de agua y electricidad en los procesos de fabricación y en oficinas; diseñar los productos, los envases y los embalajes con menos materias primas o llevar a cabo una estrategia *paperless*, reduciendo el uso de papel a través de la digitalización o evitando imprimir de más pueden ahorrar mucho dinero a las empresas.

Las nuevas fórmulas de trabajo innovadoras también suponen un ahorro y contribuyen a los ODS: el teletrabajo puede reducir costes de oficina o las videoconferencias ahorrar costes en transporte y al mismo tiempo ambas medidas contribuyen a reducir las emisiones de efecto invernadero al disminuir el número de vehículos en circulación.



Cada vez en mayor medida, los clientes, consumidores y ciudadanos se preocupan de conocer cómo son los procesos productivos, en qué condiciones trabajan los empleados, si las empresas realizan actividades solidarias, si son respetuosos con el medioambiente... y premian a quienes hacen un esfuerzo en mejorar el entorno en el que se encuentran».

Carmen Librero
Presidenta de INECO

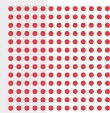
97. **United Nations Global Compact Progress Report, 2017:** https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_ConceptFINAL.pdf

98. **Cox Conserves Sustainability Survey, 2017:** <https://www.multivu.com/players/English/8052152-cox-conserves-sustainability-survey/>



En Iberostar nos hemos enfocado en un mecenazgo con los océanos. Nuestros hoteles están en contacto con el mar y nuestro negocio se basa en hacer feliz a la gente. Nuestro movimiento Wave of Change, con la implicación de toda nuestra cadena de valor, se ha convertido en uno de los valores centrales de nuestra identidad de marca, trabaja sobre tres pilares: la eliminación de los plásticos de un solo uso, el fomento de consumo responsable de pescado y la mejora de la salud costera. El valor añadido de nuestro movimiento es la base científica con la que se desarrollan las líneas de acción y se toman las decisiones, que aporta rigurosidad, credibilidad y coherencia a la hora de concienciar a clientes y sociedad en general. Estamos satisfechos con la evolución».

Sabina Fluxá,
Vicepresidenta y CEO de Grupo Iberostar



SATISFACER A CONSUMIDORES RESPONSABLES

La Agenda 2030 ofrece a las empresas asegurar y aumentar su base de clientes y consumidores. Cada vez más personas premian a las empresas responsables y castigan a aquellas que no lo son. Un estudio realizado por Nielsen a más de 30.000 personas en 60 países afirma que el 66% de los clientes están dispuestos a pagar más dinero por productos y servicios ofrecidos por empresas sostenibles y un 73% en el caso de la generación millennial⁹⁹. A nivel nacional, según la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), el 73% de los españoles ya toma decisiones de consumo por motivos éticos o de sostenibilidad.

Contribuir activamente al logro de los ODS puede ayudar a las empresas a posicionarse como empresas éticas y sostenibles y por tanto atraer nuevos clientes y consumidores. Asimismo, los ODS son

una oportunidad para repensar el enfoque de los productos y servicios de la organización e incluso crear nuevas líneas cuyo núcleo principal sea la sostenibilidad. La moda sostenible, la alimentación saludable o los productos ecológicos son solo algunos de los muchos movimientos en sostenibilidad al alza. Al 74% de los españoles les gusta seguir una dieta sana y el 69% prefiere productos locales o de proximidad¹⁰⁰. El consumo responsable va camino de pasar de ser una tendencia a la norma habitual de consumo.

ADAPTARSE Y ADELANTARSE A POLÍTICAS Y NORMATIVAS

Trabajar los ODS permite a las empresas adaptarse a las normativas actuales en materia de sostenibilidad y estar preparadas ante futuras estrategias, leyes o políticas; ya que a corto y medio plazo se esperan un número importante de acciones desde el ámbito público relacionadas con la Agenda 2030.

Las empresas que ya han integrado los ODS en su modelo de negocio tienen más facilidades para adaptarse a normativas como la Ley 11/2018 en materia de Información No Financiera y Diversidad, al Real Decreto-ley 6/2019 que extiende la obligación de contar con un plan de igualdad a las empresas de más de 50 empleados a partir de 2021 o a la Ley General de Discapacidad, que estipula que las empresas con 50 o más trabajadores deben al menos contar con un 2% de personas con discapacidad. Lo mismo ocurre con directivas europeas como la Directiva de plásticos de un solo uso, que prohíbe la utilización de estos en 2021.

Adelantarse a las políticas y normativas es también un claro beneficio. La futura Ley de Cambio Climático y Transición Energética, la nueva Estrategia de Economía Circular o la actualización del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos obligarán a las empresas a activar medidas de carácter ambiental y social. Los principales hitos serán la futura Estrategia Española de Desarrollo Sostenible y la Estrategia Europea en la Agenda 2030, que supondrán un nuevo escenario con medidas previsiblemente más vinculantes.

99. **OECD, Policy Note on Sustainability, 2018:** https://www.oecd.org/dev/SDG2017_Better_Business_2030_Putting_SDGs_Core_Web.pdf

100. **Kantar Worldpanel, Balance de la distribución y el gran consumo 2017:** http://agricultura.gencat.cat/web/.content/de_departament/de02_estadistiques_observatoris/27_butlletins/01_butlletins_ne/butlletins_ne/fitxers_binaris/20180802-balanceGranConsumo2017_presentacion.pdf

ATRAER A INVERSORES RESPONSABLES

Un beneficio adicional de contribuir a la Agenda 2030 para las empresas cotizadas es atraer a inversores socialmente responsables, aquellos que, además de la liquidez, la rentabilidad y el riesgo, incorporan criterios medioambientales, sociales y de gobernanza empresarial (ASG o ESG en inglés) en la toma de decisiones. En los últimos años las inversiones con criterios ASG casi se han duplicado. Según un estudio de JP Morgan, el mercado global de inversión socialmente responsable (ISR) tiene ahora un valor de casi 23 billones de dólares, con alrededor de la mitad de todos los activos gestionados en Europa y más de un tercio en los Estados Unidos¹⁰¹.

En 2018, Larry Fink, CEO de BlackRock, la mayor gestora de fondos mundial lanzó un mensaje claro a los CEOs de todo el mundo: «La empresa no solo tiene que lograr resultados financieros, sino también demostrar cómo logra una contribución positiva para la sociedad»¹⁰². En la misma línea, estudios de la Harvard Business School o de Morgan Stanley afirman que las estrategias de negocio sostenibles proporcionan ventajas competitivas en el precio de las acciones, el coste de capital y el rendimiento operativo¹⁰³. Las cuestiones antes consideradas extrafinancieras representan hoy en día riesgos y oportunidades financieros que afectan a la cuenta de resultados.

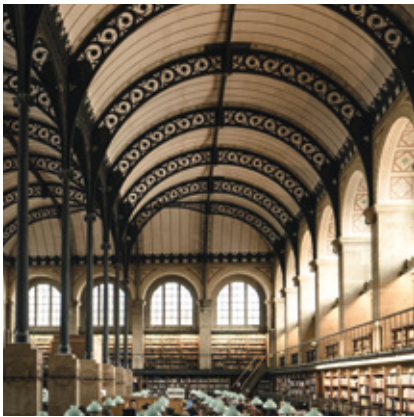


Para Aleática un aliciente importante para contribuir a la Agenda 2030 es que nuestros grupos de interés sigan confiando en la empresa, en el servicio que día a día ofrecemos para hacer más seguros y eficientes los trayectos de nuestros usuarios, en las oportunidades de desarrollo que generamos para la comunidad, proveedores y nuestros colaboradores y en ser altamente redituables para nuestros inversionistas».

Juan Osuna
CEO de Aleática



La iniciativa Principios para la Inversión Responsable (PRI en inglés) es una iniciativa de la ONU en colaboración con el Pacto Mundial cuyo principal objetivo asesorar a las organizaciones adheridas a integrar estos criterios en su toma de decisiones. Actualmente cuenta con más de 1.500 instituciones de inversión, con aproximadamente 62 billones de dólares en activos.



101. **J.P. Morgan, Sustainable Investing is Moving, 2018:** <https://www.jpmorgan.com/global/research/esg>

102. **BlackRock, 2018:** <https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/2018-larry-fink-ceo-letter>

103. **Ceres, Change the conversation, 2018:** https://www.ceres.org/sites/default/files/reports/2019-02/Ceres_Change-the-Conversation_01.pdf

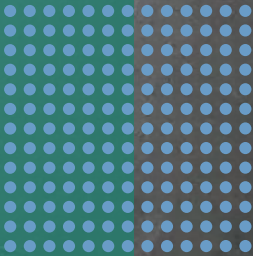
4





EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LA ERA DE LA INDUSTRIA 4.0:

Retos a futuro





En enero de 2019, el economista Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, alertaba en la cita anual de Davos que nos encontramos en un punto crítico de la historia de la humanidad, marcado por los retos de la Cuarta Revolución Industrial. Y fue claro al afirmar que la solución pasa por construir entre todos y todas una nueva Globalización 4.0, con una cara más humana, inclusiva y sostenible que la actual. Para afrontar estos retos, Naciones Unidas también llama a adaptar un enfoque completamente nuevo de globalización, que dé respuesta a las necesidades sociales y ambientales; una que no deje a nadie atrás, en línea con la Agenda 2030.

La Cuarta Revolución Industrial o Industria 4.0 llega por el impacto de las nuevas tecnologías en los sectores empresariales tradicionales y se caracteriza por la rápida velocidad con la que surgen nuevas innovaciones, por su dimensión global, y por su impacto no solo sobre los sistemas de producción industrial, sino también sobre los gobiernos y la sociedad civil. Los retos que trae consigo son numerosos y derivan la mayoría de la automatización y la digitalización: la inseguridad laboral por la transformación y pérdida de empleos, la brecha digital y tecnológica o las ciberamenazas son solo algunos de ellos.

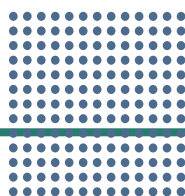
Pero esta revolución también ofrece herramientas que pueden ayudar a alcanzar la Agenda 2030. La tecnología y la innovación tienen la capacidad de producir grandes transformaciones en el sentido adecuado en ámbitos como la educación, la salud, la producción y el consumo, el cambio climático o el urbanismo. Antonio Guterres hizo toda una declaración de intenciones en torno a la Industria 4.0 en su carta anual de 2019: «La Cuarta Revolución Industrial abre nuevas posibilidades para la atención de la salud, la educación o la asis-

Las 3 megatendencias identificadas por la ONU

Naciones Unidas ha identificado 3 megatendencias que impactan significativamente en la globalización y que pueden dar forma al futuro que queremos: un cambio en la producción y en los mercados laborales que requiere de nuevos puestos de trabajo y cualificaciones; los rápidos avances tecnológicos, que no han de dejar a nadie atrás; y el cambio climático, que ha de poder combatirse para que no vaya a más¹⁰⁴.

tencia humanitaria. Pero además de estos beneficios, debemos abordar la alteración de los mercados laborales, la militarización de la inteligencia artificial y los peligros de la dark web. Debemos invertir en cohesión social, en educación, en nuevas habilidades para que la gente se adapte y en redes de seguridad para aquellos que corren el riesgo de quedarse atrás. Estoy convencido de que podemos avanzar con confianza en la economía verde y en los beneficios de la Cuarta Revolución Industrial».

104. Naciones Unidas, Informe del Secretario General, 2017: <https://undocs.org/A/72/301>



Consejos para empresas en la Industria 4.0

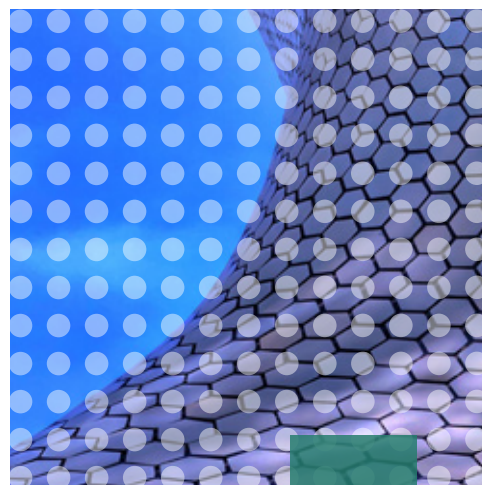
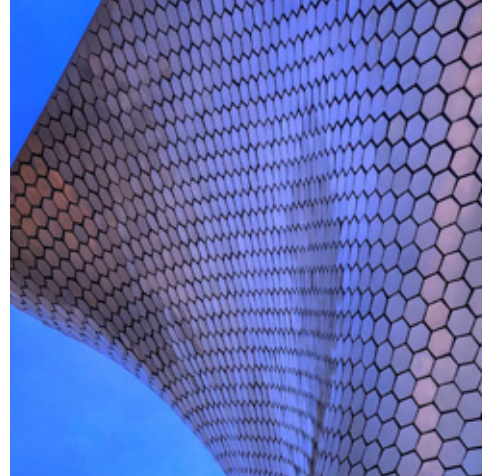
- Utilizar la tecnología y las innovaciones a favor de las personas y el planeta.
- Asegurar un aprendizaje permanente de los equipos de trabajo para que adquieran las habilidades necesarias.
- Hacer frente a la automatización a través de una estrategia inclusiva y sostenible.
- Desarrollar alianzas público-privadas para abordar los retos de la Industria 4.0 en clave de sostenibilidad.

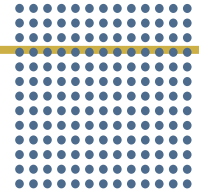
La globalización y la revolución tecnológica van ya de la mano de forma inevitable. Pero para alcanzar una globalización centrada en las personas y el planeta, ésta no solo ha de hacer frente a los retos de la Cuarta Revolución Industrial, sino también a los actuales contenidos en la Agenda 2030, con especial hincapié en la lucha contra el cambio climático o en la reducción de las desigualdades, dos puntos centrales para alcanzar un escenario sostenible en el futuro.

Las empresas son claves para dar forma a la nueva arquitectura global que enfrente los retos de la Cuarta Revolución Industrial. Ejercer un papel de liderazgo en la contribución a la Agenda 2030 es el paso principal, desarrollando estrategias empresariales en ODS que contemplen los retos de la Industria 4.0. No obstante, las empresas también han de considerar estos retos con perspectiva de mer-

cado. La automatización o las nuevas habilidades laborales pueden afectar a la estructura y procesos principales de las compañías y por tanto a sus cuentas de resultados. La clave es adaptarse, asegurando las transformaciones que las compañías requieren, sin dejar nunca la sostenibilidad a un lado.

Las empresas del futuro han de apostar por modelos de negocio sostenibles, que aprovechen las oportunidades de la Industria 4.0 y reduzcan sus riesgos.





¿Qué opinan las personas sobre el nuevo escenario global?

Una encuesta presentada en el Foro Económico Mundial de 2019 a más de 10.000 personas en 29 países del mundo, muestra altos niveles de apoyo a la colaboración internacional, la inmigración y los posibles beneficios de la globalización¹¹¹.

- El 90% de la población cree en la existencia del cambio climático, de acuerdo a los postulados de la ciencia.
- El 80% de la población mundial cree que todos los países pueden progresar al mismo tiempo, sin que unos países tengan que estar peor para que otros estén mejor. La cifra entre los españoles es aún mayor, del 90%.
- El 48% de la población opina que la tecnología es positiva, sin embargo, la mayor parte de las personas se muestra ambivalente, un 39% opina que genera el mismo número de beneficios que riesgos.
- El 50% de la población cree que su trabajo puede ser, en parte, realizado por un robot.
- El 57% de la población considera la inmigración positiva para su país. En España esta cifra se sitúa en el 58%. Sin embargo, en Francia solo el 39% la ve como positiva y en Italia solo un 30%.

La Industria 4.0 y la nueva globalización son una oportunidad para corregir lo que salió mal en épocas anteriores y no dejar a nadie atrás, y todo parece indicar que el camino que marca la Agenda 2030 es el idóneo. Tal y como afirma Antonio Guterres, la entrada a una nueva década marca un punto de inflexión: «Llamo a todos a hacer lo posible para que septiembre de 2019 sea un momento decisivo para detener el cambio climático galopante, alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y construir una globalización justa».



La agilidad y velocidad de respuesta a las crecientes y cambiantes demandas de la sociedad, en general y, de nuestro sector, en particular, juega un papel clave en la empresa del presente y del futuro. Hay que destacar la lucha contra el cambio climático como uno de los principales desafíos a los que nos enfrentamos y que debe estar presente en las agendas de todos: gobiernos, empresas y ciudadanos».

Jesús Pascual,
CEO de Grupo Antolin



111. **World Economic Forum, 2019:**
<https://www.weforum.org/pages/qualtrics-opinion-poll-on-globalization-4-0>

PRINCIPALES RETOS

EN LA ERA DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



NUEVAS HABILIDADES Y APRENDIZAJE CONTINUO

El Foro Económico Mundial estima que el 65% de los niños que están hoy en una escuela primaria trabajarán en empleos que hoy no existen o no han sido creados¹⁰⁵.

ROBOTIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE LOS EMPLEOS

El 14% de los empleos en las 36 economías más ricas del planeta tiene un alto riesgo de ser automatizado. En España el riesgo es para el 21,7% de los empleos. Casi el 50% de las empresas esperan que la automatización lleve a una reducción de su fuerza de trabajo a tiempo completo en 2022¹⁰⁶.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

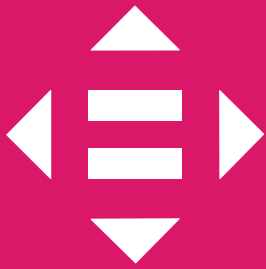
El big data, el Internet de las Cosas, los vehículos autónomos, el blockchain, la robótica, las redes sociales y las plataformas de streaming, la inteligencia artificial o la biotecnología están cambiando el mundo. El mercado del cloud computing, basado en redes compartidas en Internet, se multiplicó por 13 entre 2008 y 2014¹⁰⁷.

105. World Economic Forum, *The Future of Jobs*, 2016: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf

106. OIT, *Trabajar para un futuro más prometedor*, 2019: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_662442.pdf

107. Naciones Unidas, *Informe del Secretario General*, 2017: <https://undocs.org/es/A/72/301>

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



MOVILIDAD SOCIAL Y BRECHA DIGITAL

El 10% más rico de la población mundial gana hasta el 40% del ingreso total y más de 4 mil millones de personas aún no tienen acceso a Internet, el 90% de ellas están en países en desarrollo¹⁰⁸.

LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

El Foro Económico Mundial señala al cambio climático entre los riesgos de mayor impacto que enfrenta el mundo en la próxima década. Según Naciones Unidas, los compromisos actuales de los países en materia de clima conducirán a un calentamiento global de más de 3° C en el año 2100¹⁰⁹ lo que, según los científicos, podría tener efectos devastadores.

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



CIBERSEGURIDAD

El internet de las cosas, las monedas virtuales, el almacenamiento en nube o la inteligencia artificial traen consigo nuevas formas de cometer crímenes. España sufrió en 2018, 102 ciberataques considerados «graves», donde se pueden ver afectados ministerios o infraestructuras críticas¹¹⁰.

108. Naciones Unidas, Informe del Secretario General, 2017: <https://undocs.org/es/A/72/301>

109. ONU Medioambiente, Informe sobre la disparidad en las emisiones, 2019: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/26879/EGR2018_ESSP.pdf?sequence=19

110. Europapress, 2019: <https://www.europapress.es/nacional/noticia-es-pana-sufrio-102-ciberataques-graves-pasado-ano-20190214140828.html>

Copyright: © la Red Española del Pacto Mundial es la propietaria del contenido de este documento y tiene reservados todos los derechos de traducción y/o reproducción total o parcial de la publicación por cualquier medio, que ha de realizarse citando siempre a la organización como fuente.

Dirección: Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas

Consultoría y desarrollo editorial: Edamel (www.edamel.com)



Pacto Mundial
Red Española

pactomundial.org

